

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

RAISSA NASCIMENTO DOS SANTOS

CURADORIA DE NOTÍCIAS:

Um contributo para a qualidade do jornalismo

RECIFE

2025

RAISSA NASCIMENTO DOS SANTOS

CURADORIA DE NOTÍCIAS: Um contributo para a qualidade do jornalismo

Tese apresentada à Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, para a obtenção do grau de Doutora em Comunicação. Área de concentração: Comunicação.

Orientador: Doutor Heitor Costa Lima da Rocha

RECIFE

2025

Catálogo de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Santos, Raissa Nascimento Dos.

Curadoria de notícias: um contributo para a qualidade do jornalismo / Raissa Nascimento Dos Santos. - Recife, 2025. 183f.: il.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2025.

Orientação: Heitor Costa Lima da Rocha.

Inclui referências e anexos.

1. Curadoria de notícias; 2. Jornalista curador; 3. Jornalismo brasileiro; 4. curador de notícias. I. Rocha, Heitor Costa Lima da. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

RAISSA NASCIMENTO DOS SANTOS

TÍTULO DO TRABALHO: CURADORIA DE NOTÍCIAS: Um contributo para a
qualidade do jornalismo

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco,
como requisito parcial para obtenção do título de Doutora
em Comunicação.

Aprovada em: 25/ 02/ 2025

Banca examinadora

Doutor Heitor Costa Lima da Rocha

Doutora Giovana Borges Mesquita

Doutora Sandra Albuquerque Siebra

Doutora Carolina Dantas de Figueiredo

Doutor João Carlos Ferreira Correia

Dedico a minha tese para as minhas avós, *in memoriam*: materna Maria da Paz do Nascimento e Maria das Mêrces. E aos meus pais: Maria Teresa Nascimento dos Santos e Roberto Luiz dos Santos.

Agradecimentos

Chegar até aqui é a concretização de um sonho que venho sonhando desde a minha adolescência. Por isso, me emociono ao escrever essas palavras por recordar todos esses anos até chegar neste momento! Sou muito grata à Deus, em sua infinita misericórdia e amor por ter me guiado até este momento. Agradeço de modo mais do que especial a Jesus Cristo e ao Divino Espírito Santo, que me inspiraram e fortaleceram minha alma nas batalhas diárias. Também, agradeço a minha mãe do céu, a Virgem Santíssima Maria, tendo a Fé fortalecida diante da minha vivência acadêmica!

Também, sou eternamente grata a minha mãe Maria Teresa Nascimento dos Santos, que me ensinou a amar o conhecimento, tendo no aprendizado a minha grande busca na vida, desde muito pequena minha mãe foi a minha primeira professora e, também, ao meu pai, Roberto Luiz dos Santos, que se esforçou em me oportunizar viver e aprender o que ele foi privado no interior de Pernambuco. O esforço e trabalho em dupla deles permitiram que eu vivesse sonhos nunca imaginados antes. Meus pais, me colocaram o chão para que eu pudesse ir além do que qualquer membro das nossas famílias.

De modo muito especial, *in memoriam*, as minhas avós: materna, Maria da Paz do Nascimento, e paterna, Maria das Mêrces, por terem sido mãe e pai dos meus pais! Em um tempo tão difícil em que os recursos eram tão escassos criaram ambos sem a presença paterna, com muita coragem e força trabalhadora ensinaram valores importantes, que chegaram até mim, como dedicação e esforço na busca da concretização dos próprios sonhos, além de fé e esperança para acreditar, sempre!!!

Agradeço de modo muito especial a todos os meus professores desde a minha primeira professora Mônica Costa, que eu ia na casa dela todos os domingos dar um abraço e vê-la, até a professora Andréa, Fatinha, Irene, Manoel, Djair, César, que me ensinaram o amor em transmitir conhecimento com brilho no olhar. Também, agradeço aos professores do ensino superior que me ensinaram a trilhar uma estrada chamada comunicação: Adriana Dória, Ana Veloso, Vladimir Salvador, Marcelo Abreu, que me transmitiram o amor pelo jornalismo e nas suas aulas despertaram a minha sede de conhecimento. *In*

memorian, preciso destacar o professor da especialização Thiago de Melo Gomes, que com um projeto em sala de aula me oportunizou realizar o primeiro intercâmbio em Havana, Cuba. Também, agradeço a minha família cubana, que me acolheu tão bem no período de intercâmbio: Julian Felipe, Edermis Silveira Castrillo Gustavo Vásquez Silveira, Gustavo Vásquez Filho, Geovany Gustavo Vasquez Silveira. E, com essa troca cultural, cresceu mais ainda a vontade em me dedicar ao ensino superior da comunicação como instrumento de transformação social.

Também, agradeço ao meu orientador Doutor Heitor Costa Lima da Rocha por ter aceitado o desafio de adentrar no universo da curadoria de notícias e ter compartilhado comigo ricos momentos de aprendizado em sala de aula e extraclasse com parcerias de artigos, cursos e aulas! Professor Heitor estava presente desde o início da minha formação, como meu professor no curso de graduação, explodindo minha mente com os livros de Habermas e o poder da comunicação no mundo e na sociedade. No doutorado tive a grata surpresa em reencontrar professor Heitor e ser orientanda dele por toda a trajetória. Juntos, ministramos a primeira disciplina no Brasil de Curadoria de Notícias. Além de ter ministrado palestras, cursos e Workshops em vários congressos da área sobre a temática.

Agradeço a Fundação de Amparo a Ciência e Tecnologia de Pernambuco (Facepe) e, de modo muito especial, todo o meu carinho à coordenação do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) na pessoa de Nina, Roberta, Zé e Rodrigo. Sempre muito prestativos prontos para ajudar! Também, agradeço ao idealizador do Programa Universidade para Todos (ProUni), que me oportunizou iniciar minha vida acadêmica através de incentivo do Governo Federal pude me formar jornalista e com o meu primeiro emprego busquei me desenvolver mais na pós-graduação, depois mestrado e agora doutorado. Tenho certeza de que muitos frutos assim como o meu a nação brasileira teve, meus agradecimentos ao presidente da época e atual, Luís Inácio Lula da Silva, pela sensibilidade em inovar a educação superior com tamanho projeto.

Agradeço, em especial, ao meu amigo Kléber Nunes por ter sido ponte com os entrevistados para a presente pesquisa. Também, agradeço a minha amiga de infância Sylvia Karla Gomes Barbosa por todas as horas dedicadas a estudarmos juntas, por também ter abraçado o ofício de professora do ensino

superior e me dar tanto apoio incondicional a minha busca pelo conhecimento. Nossa amizade me nutre profundamente! Amo demais minhas amigas do Liceu de Artes e Ofício *in memorian*, Enila do Nascimento Barbosa, que faleceu na pandemia e tinha acabado de ser aprovada no mestrado, Luana Andreza, minha cientista da computação, Cinthya Oliveira, nossa gigante em nossos corações, Marília Dias Serpa Medeiros da Silva, a mãe com mais Fé que eu conheço, Gabriela Arruda, pela vontade de viver e vencer-se a cada dia, amo a cada uma de vocês!

E de modo único agradeço ao meu esposo Aleksander Victor Galdino da Silva, que acompanhou todo o processo desde a aprovação no doutorado até a conclusão, por sempre acreditar nos meus sonhos, pelo incentivo, companheirismo e amor! E por compreender minhas ausências por estar focada no trabalho solitário da escrita da presente tese. Também, agradeço imensamente a minha sogra Josefa Maria da Conceição Galdino da Silva por toda a ajuda prestada em tantos momentos e por tantos anos, sempre me apoiando na realização dos meus sonhos. E, também, ao meu sogro Paulo Galdino da Silva e a minha enteada querida, Marina Maria Santos Galdino. Muito feliz com a nossa família que cresceu com a união do amor.

Posso dizer que tenho várias famílias, em vários grupos por onde trânsito na vida! Tenho a família espiritual na Igreja que é formada por tantas pessoas queridas e que rezaram muito pela concretização deste meu sonho. De modo muito especial a Raimundo Valdemir, Elizabete Alexsandra Rodrigues Vieira, Josefa dos Santos Silva, Ana Elisa Silva e Silva e a todos os servos e servas da Comunidade Católica Chama de Amor. Também, tenho a família filosófica da Escola Internacional de Filosofia Nova Acrópole, na pessoa da diretora Ana Beatriz Pignataro, que sempre me inspirou a ir além e me desafiar a cada dia mais. Também, ao casal Ana Maria Felicetti Resende Catão Lamego e sr. Paulo Emílio Catão Lamego, que me acompanham desde o início na minha jornada filosófica me incentivando a sempre ir além.

E de modo muito especial agradeço aos meus alunos e alunas que me desafiam cotidianamente na sala de aula a buscar mais conhecimento, a me desenvolver mais, para aprender mais para poder transmitir o conhecimento para cada um(a). Também, agradeço aos meus orientandos pelos incentivos e motivação. Aprender sempre será e sempre foi o maior objetivo da minha vida e

aprendo muito nas trocas e orientações dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC).

Também, agradeço aos meus amigos e familiares pela paciência com as minhas ausências diante do percurso do doutoramento. Sou a primeira Doutora da família Nascimento e da família Santos e desejo que essa minha conquista possa ser inspiração e motivação para as próximas gerações, que vocês consigam sonhar e ousar ir além porque é na travessia que os dons e talentos são desenvolvidos e nutridos. Agora, sei que estarei presente nos encontros familiares e com os amigos, minha presença será garantida!

“Educação não transforma o mundo.

Educação muda as pessoas.

Pessoas mudam o mundo.”

(Paulo Freire).

RESUMO

As novas transformações vivenciadas com o avanço da tecnologia estão impactando profundamente a profissão do jornalista. Ao longo da presente pesquisa, importantes reflexões científicas sobre a objetividade jornalística e a função social do jornalismo na curadoria das notícias, que consiste em ultrapassar a função mercadológica de fragmentação do público conforme o interesse da estrutura de poder e presente em muitas interpretações de curadoria digital, para enfatizar o compromisso ético imprescindível com o bem-comum de toda a sociedade. Para investigar o fenômeno da curadoria de notícias no Brasil, foram selecionados 10 profissionais dos maiores jornais de circulação no país, Folha de São Paulo e o Globo, através das entrevistas episódicas Flick (2002), os profissionais foram ouvidos profundamente em suas dinâmicas profissionais. E, em um segundo momento, a análise do discurso foi realizada a partir das contribuições de Rosalind Gill (2002) e Márcia Benetti (2010), identificando as Formações Discursivas e Sequências Discursivas comuns presentes nas falas dos entrevistados.

Palavras-chaves: Curadoria das notícias; jornalista curador; jornalismo brasileiro; curador de notícias.

ABSTRACT

The new transformations experienced with the advancement of technology are having a profound impact on the journalist profession. Throughout this research, important scientific reflections on journalistic objectivity and the social function of journalism in news curation, which consists of overcoming the marketing function of public fragmentation according to the interest of the power structure and present in many interpretations of digital curation, to emphasize the essential ethical commitment to the common good of the entire society. To investigate the phenomenon of news curation in Brazil, 10 professionals were selected from the largest circulation newspapers in the country, Folha de São Paulo and Globo, through episodic interviews Flick (2002), the professionals were heard deeply in their professional dynamics. And, in a second moment, the discourse analysis was carried out based on the contributions of Rosalind Gill (2002) and Márcia Benetti (2010), identifying the common Discursive Formations and Discursive Sequences present in the interviewees' speeches.

Keywords: News curation; curator journalist; Brazilian journalism; news curator

Lista de Figuras

Figura 1 – Acepções de curadoria digital	58
Figura 2 – Comparação entre as etapas da curadoria digital.....	64

Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Você se considera jornalista ou curador(a) de notícias?	96
Gráfico 2 – Tempo de atuação jornalística dos entrevistados no veículo A.....	97
Gráfico 3 – Tempo de atuação jornalística dos entrevistados no veículo B.....	98
Gráfico 4 – Amostragem da pesquisa com representatividade de gênero.....	98
Gráfico 5 – Gênero dos entrevistados do veículo A.	99
Gráfico 6 – Gênero dos entrevistados do veículo B.	100
Gráfico 7 – Classificação etária da amostragem de pesquisa do veículo A.	102
Gráfico 8 – Classificação etária da amostragem de pesquisa do veículo B.	102

Lista de Quadros

Quadro 1 – Curadoria das notícias em três etapas.....	61
Quadro 2 – Formações Discursivas.....	92
Quadro 3 – Sequências Discursivas.....	93
Quadro 4 – Procedimentos metodológicos.....	93

SUMÁRIO

1. Introdução.....	17
2. Os novos paradigmas da comunicação	24
2.1 Novos paradigmas da sociedade em rede na Era da Informação....	24
2.2 O novo ecossistema comunicacional.....	29
2.3 A nova consciência profissional: o mundo da cooperação	33
3. A curadoria de notícias na sociedade em rede	48
3.1 Historiografia da curadoria	48
3.2 Curadoria: um termo com vários desdobramentos.....	61
3.3 A curadoria de notícias na sociedade em rede	64
4. Procedimentos Metodológicos	72
5. Discussão	109
5.1 Curadoria de notícias como solução para organizaras informações no ambiente digital, neste momento atual da avalanche informativa. .	119
5.2 O algoritmo digital é o elemento que estabelece a relação bidirecional entre a influência que o jornalismo exerce na curadoria de notícias e, em contrapartida, a curadoria de notícias exerce no jornalismo	129
5.3 A curadoria de notícias, equivocadamente, constitui uma estrutura puramente mercadológica pela ótica dos profissionais	151
6. Considerações finais	157
ANEXO I – GUIA DAS ENTREVISTAS EPISÓDICAS.....	170
7. Referências bibliográficas.....	171

1. INTRODUÇÃO

Com o fenômeno da globalização, quando a comunicação humana ultrapassa as fronteiras físicas, o mundo mudou. O que acontece do outro lado do planeta é acompanhado em transmissão em tempo real nas múltiplas plataformas comunicativas, como os canais de notícias, sites e nas redes sociais. A nova configuração midiática exige novas pesquisas e novas respostas profissionais.

Assim, a presente tese nasce com o intuito de contribuir com o campo da comunicação, especificamente agregando ao jornalismo novas nuances para o profissional que está inserido em um novo ecossistema midiático, demandando ao jornalista o papel social de curador de notícias. E, dessa maneira, a pesquisa teve desenvolvimento, tendo como foco investigar as novas mudanças estruturais e paradigmáticas da comunicação no ambiente digital, local de hábitat deste novo profissional.

A pesquisa vem sendo desenvolvida a partir do princípio da comunicação digital que configurou o mundo realmente como uma grande aldeia global como antecipou Castells (2012), permitindo que a comunicação, sem barreiras e sem fronteiras, avançasse com o fenômeno da globalização em ritmo frenético na internet, como conceitua Boisot (1995).

A comunicação é vital para a sobrevivência da espécie humana. Sem a comunicação e a apropriação da linguagem assertiva utilizando símbolos de significado idêntico o *homo sapiens* nunca teria se desenvolvido e superado a condição de homínido (Mead, 2010). Atualmente, observar o quanto a comunicação avança permite que a humanidade possa continuar evoluindo e desbravando novos horizontes sendo vital para que o ser humano continue se desenvolvendo e conquistando novos espaços e novos rumos enquanto sociedade.

Hoje, a humanidade ultrapassou a distância física possibilitando a comunicação horizontal entre as pessoas e entre as empresas, oportunizando o diálogo e promovendo a interação instantânea. Diante de tantas mudanças paradigmáticas vivenciadas pela sociedade em rede como definiu Castells (2012), a comunicação humana torna-se vital para a sociedade democrática.

Através deste movimento de aproximação global com uma comunicação unilateral, a figura de um profissional que atue diretamente com informações de qualidade existe desde o final dos anos 70, com a profissão de agente de informações chamados inicialmente nos Estados Unidos da América de *information broker*, que representava o papel de um “consultor especializado numa determinada atividade econômica e que fazia recomendações com base em seu arquivo e conhecimentos pessoais”, como descreve Aiip (2020, p. 35). Porém, com o advento da internet os profissionais de agentes de informação foram perdendo “espaço para os bancos de dados online e para o surgimento de profissionais autônomos que passaram a distribuir informações acumuladas ao longo do exercício profissional ou em atividades particulares” (Aiip, 2020, p. 36). E, com as mudanças ocorridas na sociedade em rede, a figura do curador de notícias incorpora as atividades do *information broker* e assume também três novas funções: selecionar, organizar e entregar de maneira fluída e funcional as informações no ambiente digital, tornando-se cada vez mais vital para que o fluxo comunicacional não fosse interrompido com tantas vozes e intercorrências instantâneas e imediatas.

A curadoria informativa, porém, consiste numa das maneiras mais antigas para “selecionar, agregar valor e distribuir notícias para pessoas ou grupos de pessoas”. E que ao longo dos anos, o curador representa o papel em executar “uma atividade individual exercida por pessoas consideradas especialistas em determinados segmentos da atividade humana e/ou dotadas de conhecimento socialmente respeitado” (Castilho, 2015, p. 54).

Neste contexto apresentado, a presente pesquisa se torna original e inédita em se dedicar a analisar o fenômeno da curadoria das notícias, tendo como protagonista o jornalista curador. O ambiente profissional jornalístico através do fenômeno da convergência midiática contribuiu para preparar o profissional jornalista a naturalmente ir incorporando novos papeis sociais e novas funções profissionais e, com isso, assumir o papel de curador de notícias. Assim, o profissional que, pela formação ética-moral e pela dinâmica do mercado, possui as melhores condições para proteger o direito à informação de qualidade dos cidadãos no cenário digital é o jornalista-curador.

O profissional jornalista curador se adaptou às funções do webjornalismo devido à formação humana e técnica do bacharel em jornalismo e por ter como

um dos pilares da profissão a busca pela verdade. Além da preocupação quase exaustiva em ouvir a diversidade de versões existentes sobre o fato noticioso, assim como a adaptabilidade em escrever para o entendimento de todos os públicos e o imediatismo na disputa pela novidade com os concorrentes, constituem aspectos que prepararam o jornalista para atuar no ambiente digital com a instantaneidade da internet e a qualidade técnica do conteúdo a ser divulgado. Pois, como defende a Constituição Brasileira de 1988, a informação verídica e de qualidade consiste em um direito humano, que é resguardado tanto no âmbito jurídico nacional quanto no âmbito jurídico internacional por meio da Organização das Nações Unidas (ONU).

Na sociedade em rede surge a necessidade de qualificar o conteúdo disseminado na internet, tendo o respaldo profissional e a credibilidade jornalística necessários para o enfrentamento das informações propagadas no ambiente digital. Neste ecossistema midiático, a figura do jornalista curador executa o papel social para proteger a sociedade das consequências da avalanche informativa. Como explicam Van House e Churchill (2008) *apud* Liu (2010, p. 19) ao afirmarem que “a avalanche informativa criou também uma avalanche curatorial gerada pela multiplicação de páginas *Web* e *softwares* voltados para a recomendação e avaliação de conteúdos publicados na internet” (Van House; Churchill, 2008 *apud* Liu, 2010, p. 19).

A presente pesquisa parte da seguinte indagação: a curadoria das notícias no Brasil consiste em um contributo para a qualidade do jornalismo brasileiro? Com isso, a presente pesquisa possui como objetivo geral investigar a curadoria de notícias nos veículos brasileiros Folha de São Paulo e O Globo. Para alcançar o objetivo geral, a presente pesquisa precisa executar os seguintes objetivos específicos. Primeiro direcionamento específico, compreender os novos paradigmas da comunicação digital, tendo no primeiro capítulo a análise teórica sobre a cooperação como a nova consciência profissional e a audiência potencial como a nova lógica da internet. Logo depois, o segundo objetivo específico é alcançado com o estudo do estado da arte na curadoria, tendo na apresentação do segundo capítulo a historiografia da curadoria até chegar na curadoria das notícias. E, por fim, o terceiro objetivo específico consiste em identificar o papel social do jornalista curador através da revisão de literatura e das entrevistas episódicas, que foram realizadas ao longo

da presente pesquisa. Dessa maneira, o terceiro capítulo da presente tese apresenta a discussão sobre o jornalista curador, perpassando o diálogo na sua relação social no meio profissional e na relação com o público.

O primeiro capítulo avança e dialoga sobre as novas perspectivas da comunicação sendo investigados os novos paradigmas sociais e o novo ecossistema comunicacional com as suas novas funções, atribuições e execuções diante do fenômeno da curadoria das notícias. O mundo da cooperação e da colaboração destaca-se no cenário digital e os seus impactos no jornalismo serão analisados no presente trabalho. Além do conceito de audiência potencial desenvolvido e trabalhado por Giovana Mesquita (2014), em que a economia da atenção consistiu no elemento primordial, sendo claramente observado que, nas plataformas em que não se paga pela sua utilização o usuário está pagando com o seu bem mais precioso, o tempo. Diante disso, é comumente praticado na aldeia global a avalanche de anúncios distribuídos ao longo das redes sociais, como exemplo a plataforma Instagram onde a cada cinco publicações de seguidores surge um anúncio, tornando vital a reflexão sobre a economia da atenção. Por isso, é previsto se debruçar sobre este novo fenômeno midiático para compreender as novas ideologias apresentadas na lógica da internet que seguem influenciando o mundo real (*offline*) além da vida virtual (*online*), mesclando em uma única vida a do indivíduo em si mesmo.

No segundo capítulo foi traçado um percurso conceitual dos estudos sobre a palavra curadoria e os seus vários desdobramentos. A investigação debruça-se sobre a história da curadoria para assim compreender os desdobramentos futuros, sendo empregada em várias áreas profissionais percorrendo o estado da arte em vários campos teóricos. Dessa maneira, o percurso histórico-teórico da palavra curadoria foi percorrida desde a sua origem com os romanos até os dias atuais em que se refere como sinônimo a tantas ações profissionais. Porém, independente do tempo histórico observa-se que a curadoria pode ser classificada em três fases de execução: selecionar, organizar e facilitar a comunicação independente do meio que esteja inserida. A ação profissional sempre terá este caráter de simplificar o fluxo comunicacional para que o emissor e o receptor realizem uma comunicação fluída, clara e sem ruídos de informação durante o processo comunicacional. Assim, se torna possível identificar a amplitude e diversidade de áreas em que a palavra é empregada,

sendo favorável à expansão do termo para compreender a ação humana de organização e seleção de informação e dados para um fim específico e profissional. Uma questão central, investigada no primeiro capítulo consiste na simbiose entre o jornalismo e a curadoria das notícias, formando o profissional jornalista curador e o impacto de ambos na sociedade e nos campos profissionais correspondentes.

E, com isso, a presente pesquisa avança e no terceiro capítulo alcança o ponto central da investigação ao debruçar-se a respeito da relação social identificando o papel social do jornalista-curador e as suas características, semelhanças e diferenças na atuação profissional, apresentando um estudo sobre a relação entre o público e o jornalista curador através dos dados coletados na pesquisa em campo.

A metodologia da pesquisa realizou para o estudo de campo a seleção de dez profissionais dos jornais Folha de São Paulo e Jornal O Globo, sendo cinco participantes de cada veículo, para participar das entrevistas semiestruturadas, entre repórteres e editores que produzem conteúdo jornalístico simultaneamente para as diversas plataformas tanto impressa como eletrônica com o intuito de identificar as percepções dos entrevistados diante do fenômeno social da curadoria das notícias.

Os veículos escolhidos pela presente pesquisa vivenciam o fenômeno da curadoria das notícias em todas as plataformas digitais: webjornalismo, tvdigital, jornalismo para dispositivos móveis, *newsgames*, etc., estabelecendo canais de comunicação cada vez mais direcionada para o seu público-alvo, que na linguagem digital é denominado de nicho de mercado. Alterando assim, o conceito original de público do jornalismo. É discutido se a curadoria de notícias já esteve imbricada no ofício jornalístico desde os primórdios por meio das atividades de seleção de notícias por ser, em um primeiro momento, confundida com os critérios de noticiabilidade. Porém, o fenômeno claramente se apresenta como curadoria das notícias no século XXI por meio da difusão de informações no ambiente digital quando se configura de maneira específica e particular. Por isso, na presente tese será apresentado o fenômeno da curadoria das notícias no jornalismo brasileiro, tendo como foco o caso nos jornais Folha de São Paulo e O Globo por meio de entrevistas com os profissionais que trabalham para levar a notícia de qualidade para os lares brasileiros.

Dentro dessa proposta, parte da construção de investigação do objeto empírico, para alcançar os objetivos específicos da presente pesquisa, está baseada no levantamento de dados, testemunhos e informações de campo e experiências que atualmente adotam as novas práticas jornalísticas, com foco na curadoria de notícias. Nesse contexto, a pesquisa de campo visa investigar, de modo mais aprofundado, o jornalista curador e algumas estratégias profissionais e institucionais no momento estratégico da construção da curadoria das notícias ao serem utilizadas nos jornais Folha de São Paulo e O Globo.

A partir da metodologia aplicada nas entrevistas episódicas com os profissionais das redações dos dois principais jornais do país foi possível utilizar a análise de discurso para identificar os resultados da presente pesquisa apresentados ao longo das discussões das Formações Discursivas e das Sequências Discursivas.

É importante antecipar o diálogo sobre como os profissionais de redações observam e analisam o fenômeno da curadoria das notícias, tendo em vista o fato de a dimensão jornalística da curadoria ainda ser pouco valorizada por jornalistas profissionais que tendem a identificá-la com a simples edição de textos. Esta tendência é alimentada pela preocupação exclusiva com a produção comercial de conteúdos informativos, relegando e deixando em segundo plano o papel da notícia na produção de conhecimento e geração de capital social para o empoderamento da sociedade como um todo (Gans, 2003).

Por isso, torna-se vital para a presente pesquisa compreender o *modus operandi* dos jornalistas, dos veículos selecionados para participar da presente pesquisa para identificar os modos de permanência e transformação dos valores ético-profissionais dos jornalistas neste novo cenário profissional com a pressão da “cultura do clique” ou jornalismo por *likes* com presença muito marcada no jornalismo digital, principalmente nas redes sociais. E, com todos os aspectos envolvidos que impactam diretamente a produção jornalística, surge a indagação: será que o papel social e a autonomia profissional também estão sendo influenciados diante do fenômeno da curadoria das notícias?

Desse modo, será possível investigar a pluralidade no jornalismo sobre a pesquisa no campo da comunicação ao se dedicar ao estudo da relação entre o objeto da pesquisa (a curadoria de notícias) e a ciência da comunicação (campo analisado) que estão resultando em uma nova maneira no fazer jornalístico

através das múltiplas plataformas de divulgação (produzindo a revolução científica na comunicação e no jornalismo deste século). Pois, a ciência proporciona uma transformação social na maneira de compreender e analisar a realidade estudada, que precisa de um modo de análise adequado. “Se o objeto em questão é de ordem social, como é o caso da comunicação, o paradigma deverá ser modificado cada vez que se observar uma mudança profunda/estrutural nessa sociedade. Essa é a justificativa das Revoluções Científicas” (Dalmonte, 2009, p. 15).

Dessa maneira, a presente tese pretende contribuir para que os estudos em jornalismo venham a prestar um serviço público à sociedade enquanto instrumento científico que, ao utilizar do aporte teórico e entrevistas episódicas fundamente análise de discurso, a partir das reflexões de Rosalind Gill (2002) e Márcia Benetti (2010), capazes de provocar novas reflexões sociais e técnicas acerca da figura do jornalista curador tão essencial na comunicação digital do século XXI.

2. OS NOVOS PARADIGMAS DA COMUNICAÇÃO

2.1 Novos paradigmas da sociedade em rede na Era da Informação

Pela dinâmica de movimento social, a humanidade vivencia diversas eras e momentos históricos que impactam e determinam o futuro do coletivo. No início, nos tempos pré-históricos, a pintura rupestre representou a implantação da comunicação entre os hominídeos. Logo depois, com o domínio da agricultura e a possibilidade de sedimentar permitiu o crescimento das primeiras civilizações e o permanecer possibilitou grandes conquistas como o surgimento da roda, a criação do alfabeto e, consequentemente, da escrita.

De acordo com George Mead (1967) na dimensão filogenética, o *homo sapiens* surgiu através da apropriação do uso da linguagem com símbolos de significado idêntico na integração social, que implicou no surgimento do *homo sapiens* ao substituir a utilização de sons e gestos que caracterizava a interação social dos hominídeos que não se diferenciava da vivenciada pelas demais espécies de animais vertebrados. Assim, a humanidade caminhou rumo a registrar e contar a própria história para as futuras gerações atrelando ao desenvolvimento de novas ferramentas e tecnologias para ampliar essa narrativa de si e para si enquanto ser coletivo social. Como observa George Mead (1967), é na dimensão ontogenética que se verifica “o papel da constituição da identidade das pessoas na interação social, com a formação da noção do outro generalizado (*me*)” (Rocha; Alves, 2019, p. 99).

Para Mead (1967), o marco histórico que representa “o salto da evolução filogenética do hominídeo para *homo sapiens*” corresponde ao desafio para o entendimento linguístico, “de que é, exatamente, a dificuldade de negociação para definição do significado idêntico dos símbolos” (Rocha; Alves, 2019, p. 100). E, para superação dessa dificuldade de negociação linguística, Habermas (2012) destaca o “reconhecimento da validação intersubjetiva da comunidade de comunicação sobre o consenso sempre provisório das pretensões de validade sobre o que se pode ter como o racional, lógico, verdadeiro, justo e legítimo, levando em conta a incompletude do processo de semiose e o falibilismo, conforme teorizado por Peirce (Rocha; Alves, 2019, p. 100).

[...] os sinais ou frases contendo um único termo só fazem sentido num determinado contexto; não existem termos singulares capazes de

identificar objetos numa situação concreta sem levar em conta o contexto. [...] Por isso, existe uma relação inequívoca entre o significado de um sinal (em todos os seus componentes modais de significação) e o tipo de comportamento que o emissor espera do destinatário (HABERMAS, 2012, p. 13).

Para Mead (1967, p. 35), o surgimento da linguagem humana possui “potencial semântico depositado nas interações mediadas por gestos” como é possível observar na interação comunicacional dos participantes que ocorre mediante uma internalização da linguagem de gestos, a ser descrito o processo em duas etapas da seguinte maneira:

A primeira em que surge uma linguagem de sinais que transforma o significado objetivo de padrões de comportamento típicos em significados simbólicos, tornando-os acessíveis a um entendimento entre os participantes da interação, que caracteriza a passagem da interação mediada por gestos para a interação mediada simbolicamente, interpretada por Mead como semantização de significados naturais. E a segunda etapa em que os papéis sociais revelam aos participantes o significado natural de certos sistemas de comportamento funcionalmente diferenciados, como a caça, a reprodução sexual, a defesa do território, a rivalidade de status, entre outros significados naturais que são tornados normativamente obrigatórios pelos papéis sociais (ROCHA; ALVES, 2019, p. 100).

Outras inovações tecnológicas vieram com o telégrafo¹, o rádio, a televisão, o computador, a comunicação via satélite, o telefone, o celular, *smartphone* e, assim, a humanidade alcançou a Era da Informação. É importante enfatizar que a Era da Informação teve início nos anos 40, no século XX, “quando o engenheiro belga Claude Shannon vinculou o termo informação à impulsos elétricos transmitidos entre uma fonte emissora e uma fonte receptora” (Castilho, 2015, p. 40). Na década seguinte, em 1950, a palavra “passou a ser associada a representações eletrônicas (*bytes* e *bits*) e seu uso expandiu-se para quase todos os campos do conhecimento” (Castilho, 2015, p. 40).

A ideia inovadora que iniciou essa terceira revolução nas tecnologias de comunicação foi a rede mundial de computadores, pela qual qualquer pessoa de qualquer lugar poderia agora se comunicar com qualquer um em qualquer outro lugar do mundo – primeiro foram os cientistas que usaram a nova tecnologia. Em 1991, a *National Science Foundation* dos Estados Unidos tomou a decisão de liberar essa invenção para uso privado, isto é, também para o uso comercial. Esse foi o passo decisivo para dois anos depois se estabelecer a *World Wide Web*. Isso criou a base técnica para a conclusão lógica de um desenvolvimento tecnológico da comunicação que, no curso da história

¹ A invenção do telégrafo, no século XIX, representou a codificação da informação em que a comutação dos sinais elétricos possibilitou aumentar as distâncias e a velocidade na propagação das mensagens entre emissor e receptor.

humana, foi superando gradualmente a limitação original da comunicação linguística às conversas entre os presentes e à comunicação oral em grande distância. Essa inovação abre progressos inequívocos para muitas áreas da vida e de domínios funcionais. Mas, para a esfera pública democrática, a dissolução centrífuga dos limites da comunicação ao mesmo tempo acelerada entre qualquer número de participantes a qualquer distância desenvolve uma força explosiva ambivalente; pois a esfera pública democrática, com sua orientação para o centro das organizações estatais capazes de agir, ainda continua por enquanto circunscrita aos territórios dos Estados nacionais (HABERMAS, 2023, p. 58).

Diante dessa reflexão inicial, se faz imprescindível dialogar sobre a Era da Informação a partir de um fenômeno social da humanidade, como definiu o cientista molecular Werner Loewenstein, quando afirmou “a informação tornou-se a unidade da vida” (Gleick, 2011, p. 09). A partir deste conceito inicial, a presente pesquisa avança a partir do pensamento de Pentland (2014):

Para entender o nosso novo mundo, nós devemos ampliar ideias familiares sobre economia e política para incluir os efeitos de milhões de indivíduos aprendendo uns dos outros, influenciando-se mutuamente na formação de opiniões. Não podemos mais pensar como indivíduos que tomam decisões de forma cautelosa; somos obrigados a incluir em nossas decisões individuais os efeitos da dinâmica social que gera bolhas econômicas, revoluções políticas e a economia da internet (PENTLAND, 2014, p. 185).

A estrutura social atual é formada por redes ativadas através da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e, dessa maneira, o cientista Castells (2010) a denomina de sociedade em rede, pois, como defendem Falcão e Souza (2021, p. 57), “trata-se de uma sociedade cujo funcionamento é estruturado em rede de abrangência global, pois as redes não se limitam às fronteiras existentes entre países ou estados”.

A digitalização e a internet são responsáveis pela ampliação dos efeitos de dois fenômenos simultaneamente antagônicos e complementares: a globalização e a localização. Ambos assumiram novas características na era digital, especialmente o segundo. A globalização intensificou a recombinação de dados e informações em escala planetária, mas este processo depende de insumos regionais e locais para permitir que a inovação gerada pela produção de novos conhecimentos apresente a diversidade necessária para atender as demandas dos novos nichos informativos (CASTILHO, 2015, p. 107).

Assim, é oportuno citar Lévy (1999, p. 32) quando observa que a globalização sem fronteiras e barreiras permite uma nova possibilidade de relação entre as pessoas e a tecnologia que ocorre no ambiente do ciberespaço, conceituando-a da seguinte forma: “como um novo espaço de comunicação, de

sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado de informação e do conhecimento”.

Também, é possível observar as perspectivas otimistas, como vislumbram (Werle; Melo, 2023, p. 15), “que sublinharam aspectos emancipatórios e potencialidades democráticas de sociedade digitalizadas” e as descreve como: “difusão da informação, empoderamento dos usuários e ganhos de autonomia, descentralização e horizontalidade em formas de auto-organização política e de mobilização dos cidadãos”. Por outro lado, são descritas as perspectivas pessimistas que “ressaltaram traços como fragmentação e isolamento, mercantilização, manipulação populista e difusão de *fake news*, controle algorítmico etc., os quais culminam em uma tendência privatista de despolíticação” (Werle; Melo, 2023, p. 15).

O volume disseminado de informação na Era da Informação provocou a reflexão de diversos cientistas como Manuel Castells (2010) que designou a expressão comumente conhecida como Oceano de Informação. Com isso, se torna vital delimitar o sentido e significado de palavras que em muitos momentos são utilizadas como sinônimo, ou quando não o são, como é o caso do que ocorre com informação, dado e conhecimento.

De acordo com Castilho (2015, p. 45) “dado, informação e conhecimento fazem parte de um sistema cuja dinâmica é assegurada pelo processo da comunicação. O dado se insere num sistema de comunicação e muda de natureza ao ser transmitido de um emissor a um receptor.” Por ser extremamente dinâmico e interativo o processo de comunicação, então, o indivíduo troca de papéis muito rápido, sendo ora emissor e ora receptor das mensagens. Com isso, “a informação é a matéria prima do conhecimento, mas ela só assume a sua real dimensão quando referenciada a ele, porque ambos são parte de um mesmo processo comunicativo” (Castilho, 2015, p. 45).

Dessa maneira, é possível enfatizar, que o capital social constitui um conhecimento formado e compartilhado coletivamente. Nesse contexto, as comunidades representam uma grande fonte de conhecimento tácito, “que depende da ação de curadores de notícias em comunidades porque serão eles que funcionarão como orientadores da seleção, contextualização e difusão de dados” resultado da convivência partilha de seus indivíduos junto com a realidade social, pois, “esta difusão normalmente é feita por meio de veículos

locais de comunicação, fato que cria uma estreita associação entre curadoria e exercício do jornalismo em comunidades” (Castilho, 2015, p. 107).

Na expansão acelerada das redes sociais, a aceleração virtual do ambiente é fértil e ideal para promover mudanças significativas na interação entre os membros de uma comunidade, o que ocasiona reflexos na geração de capital social. Na análise da produção de capital social em comunidades, a partir de pesquisa de Rotman, Procita, Hansen, Parr e Preece (2012) consideram possível a classificação de três atividades:

a) Comunidades de coleta de Dados (CCD) – atividade típica de comunidades como a dos colaboradores de sites como YouTube, Flickr, Last FM ou mecanismos de busca, tanto de caráter geral, como o Google, como os especializados (buscas verticais) como o Yelp (buscas locais) e o Trulia (buscas no mercado imobiliário). (Os participantes de uma comunidade deste tipo apenas selecionam os dados e os disponibilizam pela internet); b) Comunidades de curadoria de Informações (CCI) – como no caso da *Encyclopedia of Life*, onde um grupo de editores seleciona as informações fornecidas por colaboradores acadêmicos e não acadêmicos (Nesta categoria se insere também o projeto NewsTrust, de curadoria de informações jornalísticas); e c) Comunidades de publicação de recomendações informativas (CPR) – caso dos sites dos editores da revista tecnológica virtual Slashdot (ROTMAN; PROCITA; HANSEN; PARR; PREECE, 2012, s/n).

Com toda essa avalanche informativa, a sociedade em rede vivencia profundas mudanças estruturais. Richard Saul Wurman (1989, p. 55) descreve que em “uma edição diária do jornal The New York Times é publicado mais conteúdos do que toda a informação que um cidadão inglês no século XVII poderia absorver ao longo de toda a sua vida”. Com isso, registram-se as críticas em relação ao consumo humano de tudo o que é produzido e acarretou o conceito de Ansiedade Informativa, desenvolvido por Wurman em 2005², que compreende cinco características marcantes, tais como: falta de condições para decodificar/interpretar a informação; sensação de sufocamento diante da quantidade e volume de informações disponíveis; não saber onde encontrar uma determinada informação; e, também, desconhecer a existência de determinada informação; saber onde está a informação, mas não saber como arquivá-la.

Não há dúvidas de que estamos todos nos afogando num mar de informação. O desafio é aprender a nadar neste mar, em vez de nos afogar nele. Mais conhecimentos e melhores ferramentas são desesperadamente necessários para que possamos usufruir todas as

² Wurman, em 2005, por meio da influência recebida pelas suas profissões de arquiteto e designer gráfico culmina a expressão “Arquitetura da Informação” para designer e ordenar as informações para o receptor.

vantagens da crescente produção de informações (LYMAN; VARIAN, 2003, p. 33).

De acordo com Zattar (2020), tendo como base a Organização Mundial da Saúde (OMS), o conceito de infodemia representa a “propagação de informações em volume excessivo, que, por suas características essencialmente quantitativas, podem ter como reflexo a disseminação de informações falsas (ou imprecisas) que atrapalham o acesso às fontes confiáveis em meio à hiperinformação disponível”.

Por isso, se torna vital refletir sobre o momento presente que irá determinar os novos paradigmas da comunicação e, também, o futuro da humanidade, por meio da avalanche de informação vivida na Era da Informação. Como exemplo, a tecnologia 5G que está chegando em vários países e promete acelerar ainda mais o ritmo e a velocidade do consumo de informação.

Dessa maneira, a sociedade em rede vivencia o pressuposto paradigmático discutido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), quando expressa a necessidade de “pensar global e agir local”. Neste sentido, o direcionamento estratégico da comunicação precisa ser global, com visão estratégica para a sociedade como um todo, inclusive a partir de um agir comunicativo com ações estratégicas para a regionalização.

2.2 O novo ecossistema comunicacional

Neste novo cenário do ecossistema comunicacional se faz interessante levar em conta a reflexão de Habermas (2002, p. 66) sobre a Teoria da Ação Comunicativa e a influência no desenvolvimento da práxis comunicativa cotidiana, observando “o caminho para uma ciência social que procede reconstrutivamente, identifica os processos de racionalização cultural e social em toda a sua extensão e rastreia aquém do limiar das sociedades modernas”. Dessa maneira, também é relevante a distinção de dois importantes conceitos abordados por Habermas (2002), o agir comunicativo *versus* o agir estratégico. Assim, é possível descrever o contexto do agir comunicativo:

As ofertas contidas nos atos de fala extraem sua força de ligação da relação interna entre argumentos e pretensões de validade, que não podem ser aceitas ou rejeitadas sem uma razão, pois dependem da expectativa de buscar um consenso racionalmente motivado que lhes permita coordenar seus planos e suas ações, sem a necessidade de coações ou recompensas para influir nos outros, configurando, exclusivamente através do meio linguístico do entendimento, a força capaz de vincular a vontade de atores responsáveis por seus atos a uma noção do outro generalizado (*generalized other*) (ROCHA; ALVES, 2019, p. 101).

Observa-se que no conceito do agir comunicativo existe a percepção do outro enquanto receptor do processo comunicacional. Para ampliar a compreensão, se faz imprescindível refletir a partir da definição de Habermas (2002, p. 70) quando é apresentada a interação como "um conceito complexo, que pode ser analisado com o auxílio dos conceitos elementares "agir" e "falar". A partir deste aspecto, é vital dialogar sobre as nuances entre o Agir Estratégico e o Agir Comunicativo, pois "os tipos de interação distinguem-se, em primeiro lugar, de acordo com o mecanismo de coordenação da ação; é preciso saber, antes de mais nada, se a linguagem natural é utilizada apenas como meio para a transmissão de informações". Se for este o caso apresenta-se diante de nós o agir estratégico. Porém, se "a linguagem natural é utilizada também como fonte da integração social", temos o agir comunicativo presente na interação entre os atores sociais.

No Agir Comunicativo, a força consensual do entendimento linguístico, isto é, as energias de ligação da própria linguagem, tornam-se efetivas para a coordenação das ações, ao passo que no Agir Estratégico o efeito de coordenação depende da influência dos atores uns sobre os outros e sobre a situação da ação, a qual é veiculada através de atividades não linguísticas. Vistos na perspectiva dos participantes, os dois mecanismos, o do entendimento motivador da convicção e o da influenciação que induz o comportamento, excluem-se mutuamente. Aquilo que se obtém visivelmente através de gratificação ou ameaça, sugestão ou engano, não pode valer intersubjetivamente como acordo; tal intervenção fere as condições sob as quais as forças ilocucionárias despertam convicções e geram contatos (HABERMAS, 2002, p. 71-72).

Dessa maneira, a teoria da ação comunicativa apoia-se em uma determinada concepção de linguagem e de entendimento, na qual o agir comunicativo comprova-se na teoria sociológica da ação (Weber, 1979), que irá apresentar de que maneira se dará a ordem social.

A comunicação constitui a habilidade de selecionar posições nos processos de codificação e abstração de acordo com as circunstâncias (características da comunidade) e conforme a necessidade de alternar entre uma posição e outra. É a habilidade que permite a cada indivíduo

desenvolver, dentro dos limites de sua capacidade intelectual, o grau de permeabilidade do seu espaço cognitivo a espaços de outros indivíduos (BOISOT, 1995, p. 97).

Habermas (2002, p. 72) descreve como se dá o agir comunicativo, tendo total dependência no uso da linguagem, que será dirigida ao entendimento, acrescentando que os atores participantes “tentam objetivos mediatos da definição da situação e da escolha dos fins assumindo o papel de falantes e ouvintes”, ao realizar os atos de falar e ouvir mediante o processo de entendimento mútuo.

O entendimento através da linguagem funciona da seguinte maneira: os participantes da interação unem-se através da validade pretendida de suas ações da fala ou tomam em consideração os dissensos constatados. Através das ações de fala são levantadas pretensões de validade criticáveis, as quais apontam para um reconhecimento intersubjetivo. A oferta contida num ato de fala adquire força obrigatória quando o falante garante, através de sua pretensão de validade, que está em condições de resgatar essa pretensão, caso seja exigido, empregando o tipo correto de argumentos. O agir comunicativo distingue-se, pois, do estratégico, uma vez que a coordenação bem-sucedida da ação não está apoiada na racionalidade teleológica dos planos individuais de ação, mas na força racionalmente motivadora de atos de entendimento, portanto, numa racionalidade que se manifesta nas condições requeridas para um acordo obtido comunicativamente. Quem aceita uma ordem, sente-se obrigado a executá-la; quem faz uma promessa, sente-se no dever de cumpri-la, caso seja necessário; quem aceita uma asserção, acredita nela e comporta-se de acordo com ela. Eu caracterizei o compreender e o aceitar de ações de fala como sucessos ilocucionários; todos os fins e efeitos que vão além disso devem ser chamados perlocucionários (HABERMAS, 2002, p.72-73).

Assim, ao descrever como ocorre o entendimento no processo do agir comunicativo. Se faz importante refletir e contrapor com o agir estratégico, pois existe uma modificação entre o agir e o falar. Tendo como resultado do efeito perlocucionário o enfraquecimento da ligação em que a linguagem encolhe-se, sendo transformada em um simples meio de informação, forma, infelizmente, muito utilizada na mídia para o compartilhamento das notícias.

O uso estratégico latente da linguagem vive parasitariamente do uso normal da linguagem, porque ele somente pode funcionar quando pelo menos uma das partes toma como ponto de partida que a linguagem está sendo utilizada no sentido do entendimento; no próprio agir comunicativo, as cadeias de ações dos atores singulares, estruturados ideologicamente, atravessam os processos de entendimento; porque as atividades orientadas para um fim, dos participantes da interação, estão jungidas umas às outras através do meio que é a linguagem. O meio linguístico só pode desempenhar essa função de cópula se ele interromper os planos de ação controlados respectivamente pelo próprio sucesso e se modificar temporariamente o modo de ação. O contato comunicativo através de atos de fala realizados sem reservas

coloca as orientações da ação e os processos da ação, talhados conforme o respectivo ator, sob os limites estruturais de uma linguagem compartilhada intersubjetivamente. Essas limitações impõem aos agentes uma mudança de perspectiva: os atores têm de abandonar o enfoque objetivador de um agente orientado pelo sucesso, que deseja produzir algo no mundo, e assumir o enfoque performativo de um falante, o qual procura entender-se com uma segunda pessoa sobre algo no mundo. Sem essa re-orientação, que leva em conta as condições do uso da linguagem voltada ao entendimento, eles não teriam acesso ao potencial das energias de ligação existentes na linguagem. Por isso, ação latentemente estratégica fracassa tão logo o destinatário descobre que o falante não deixou realmente de lado a sua busca de sucesso (HABERMAS, 2002, p.74).

Com as explanações sobre o agir comunicativo e o agir estratégico, se faz possível delimitar na Teoria da Ação Comunicativa o campo de atuação segundo Habermas (2002, p. 84), "enquanto no agir estratégico um atua sobre o outro para ensejar a continuação desejada de uma interação", o mesmo não ocorre no agir comunicativo em que "um é motivado racionalmente pelo outro para uma ação de adesão – e isso em virtude do efeito ilocucionário de comprometimento que a oferta de um ato de fala suscita". Por isso, Habermas afirma que "o ato ilocucionário atinge seu objetivo com a compreensão adequada do significado pelo receptor". E dessa maneira, Habermas (2002, 79) define "de comunicativas às interações nas quais as pessoas envolvidas se põem de acordo para coordenar seus planos de ação, o acordo alcançado em cada caso medindo-se pelo reconhecimento intersubjetivo das pretensões de validade". E avança no diálogo ao considerar que "o conceito do agir comunicativo presta-se como ponto de referência para uma reconstrução dos estágios da interação",

Esses estágios da interação deixam-se descrever com base nas estruturas de perspectivas que estão implementadas, em cada caso, em diferentes tipos de agir. Na medida em que essas perspectivas incorporadas e integradas em interações se ajustam espontaneamente a uma ordem da lógica do desenvolvimento poderemos finalmente fundamentar os estágios do juízo moral reduzindo os estágios morais de Kohlberg, via perspectivas sociais, a estágios de integração (HABERMAS, 2002, p. 163).

E, assim, a presente pesquisa avança ao apresentar a temática que Habermas (2002, p. 78) define o "Princípio da Universalização como o princípio-ponte que torna possível o acordo em argumentações morais, aliás numa versão que exclui a aplicação monológica desta regra de argumentação", explicando que "o princípio da universalização não se esgota absolutamente na exigência

de que as normas morais devem ter a forma de proposições deônticas universais e incondicionais".

O princípio-ponte possibilitador do consenso deve, portanto, assegurar que somente sejam aceitas como válidas as normas que exprimem uma vontade universal; é preciso que elas se prestem, para usar a fórmula que Kant repete sempre, a uma "lei universal". O Imperativo Categórico pode ser entendido como um princípio que exige a possibilidade de universalizar as maneiras de agir e as máximas ou antes, os interesses que elas levam em conta (e que, por conseguinte, tomam corpo nas normas da ação) (HABERMAS, 2002, p. 78-79).

Assim, o ambiente digital aparece como um redescobrimento da sociedade civil que Habermas (2002, p. 81) apresenta em sua obra *Mudança Estrutural da Esfera Pública* utilizando o termo "relações de associação" para definir "as formas de interação e organização, as institucionalizações dos portadores de uma esfera pública política não atravessada por relações de poder". E apresenta as consequências para os cidadãos ao observar as relações de associação:

Leva os cidadãos a "agir de modo responsável": agir de modo responsável significa que o agente adota metodicamente, em relação as suas próprias ações, no *futurum exatum*, a perspectiva avaliativa dos especialistas, do outro generalizado e do Eu próprio, e, desse modo, valida factual, social e temporalmente os critérios da ação" (HABERMAS, 2002, p. 83).

E, dessa maneira, observa-se o papel do curador de notícia, neste novo ecossistema comunicacional, contribuindo com a sociedade da informação verificando e checando para que as *fake news*, que podem ser entendidas como atos de fala perlocucionários, não se prestando para o entendimento, sejam combatidas, assumindo o importante papel de defender a democracia e os direitos dos cidadãos, contribuindo para o fortalecimento da coesão social, distinguindo dessa maneira as consequências práticas do agir comunicativo e do agir estratégico. Além de permitir vislumbrar efetivamente a construção de um mundo novo com menores potenciais de conflito e violência.

2.3 A nova consciência profissional: o mundo da cooperação

As mudanças estruturais vivenciadas pelo ser humano impactam diretamente o agir comunicacional, especialmente na atualidade do mundo digital em que a maioria do conteúdo encontra-se entregue e disseminado de

maneira gratuita. Surgem as comunidades digitais locais em que a cooperação mútua é estimulada entre os participantes. Com isso, a cooperação torna-se um grande difusor de conhecimento na Era da Informação.

Com a nova consciência profissional da cooperação duas importantes palavras ganharam notoriedade na Era da Informação: as Fake News e a Pós-verdade. De acordo com Teixeira (2018), no século XX por volta dos anos 1980, a expressão *fake news* apareceu para substituir *false news*, termo surgido na imprensa americana no século XIX, no dia 7 de agosto de 1852, no jornal The New York Herald. Falcão e Souza (2021, p. 60) contam a história inicial:

Com o intuito de alavancar as vendas, em 1835, o jornal The New York Sun publicou uma série de notícias inventadas sobre a suposta descoberta da vida na Lua. O protagonista da história era o astrônomo John Herschel, que descrevia suas fraudulentas descobertas povoadas com animais fantásticos, bodes, cabras, unicórnios e humanoides alados (FALCÃO; SOUZA, 2021, p. 60).

E, assim, em meados da década de 1980, a expressão *fake news* substitui a antiga expressão *false news* ao salientar que “o uso desse vocabulário fazia parte, principalmente, de críticas ao jornalismo que se produzia na época – numa troca de farpas entre os dois jornais que produziam notícias falsas sistematicamente, o *The New York World* e o *New York Journal*” (Falcão; Souza, 2021, p. 59). É válido enfatizar que, segundo a Escola de Direito da Universidade de Harvard, para se referir às notícias falsas, se tornou mais apropriado a expressão *fake news*, “pois não são apenas falsas (*false*), mas são informações fabricadas com o intuito de esconder que são falsas”. E, assim, Collins Dictionary, explica o termo *fake news* como a “informação falsa, geralmente sensacionalista, que se espalha disfarçada de notícia jornalística” (Collins Dictionary, 2019 *apud* Teixeira, 2018, p. 21).

A *Fake News* se tornou popularmente conhecida mundialmente para denominar informações falsas que são publicadas, principalmente, nas mídias sociais. Não é de hoje que mentiras são divulgadas como verdades, mas foi com o advento do mundo da cooperação das redes sociais que esse tipo de publicação popularizou-se. A imprensa internacional começou a usar com mais frequência o termo *Fake News* durante a eleição de 2016 nos Estados Unidos, na qual Donald Trump tornou-se presidente.

As plataformas de comunicação também são responsáveis e precisariam ser responsabilizadas por notícias que eles não produzem nem editam; porque essas informações também têm uma força para formar opiniões e mentalidades. Em primeiro lugar, elas não estão sujeitas aos padrões de qualidade das mercadorias, mas aos padrões cognitivos de juízos sem os quais não pode haver nem a objetividade do mundo dos fatos nem a identidade e o caráter comum do nosso mundo intersubjetivamente compartilhado. Em um “mundo” de *fake news* (difícil de imaginar) que não poderiam mais ser identificadas como tais, ou seja, distinguidas das informações verdadeiras, nenhuma criança seria capaz de crescer sem desenvolver sintomas clínicos. Portanto, não se trata de uma decisão política sobre qual direção tomar, mas sim de um imperativo constitucional manter uma estrutura midiática que possibilite o caráter inclusivo da esfera pública e um caráter deliberativo na formação pública da opinião e da vontade (HABERMAS, 2023, p. 80-81).

Este cenário descrito por Habermas, contribui para o nascimento da curadoria, devido à necessidade crescente de confirmação da veracidade dos conteúdos a partir da propagação de *fake news*, que ensejou a imaginação de uma era histórica desprovida de qualquer vínculo com a verdade, um período social da pós-verdade. As dúvidas começaram a surgir e a se alastrar no mundo todo sobre as notícias em geral, e as pessoas passaram a ser vítimas de situações absurdas causadas por essas notícias mal esclarecidas ou premeditadamente desinformadoras.

Outro aspecto a revolucionar a nova consciência profissional ocorreu em 2016, quando o Dicionário Oxford consagrou o termo *post-truth* (traduzindo para o português corresponde a pós-verdade) como a palavra do referido ano, por ter sido utilizada em demasia pelos internautas alcançando picos elevados pelo *Google Trends*. E, assim, define a palavra como um adjetivo “que se relaciona ou denota circunstâncias na qual os fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública que aqueles que apelam para a emoção e à crença pessoal”. A pós-verdade não é mais do que uma reelaboração de algo que já existia. É algo que aparenta ser novo, por acaso, quer parecer contemporâneo ou “pós-moderno”, mas são situações tão antigas quanto a opinião pública como dizia Nietzsche (2012, p. 60): “há espíritos que turvam suas águas para que pareçam mais profundas”. Com isso, é possível identificar o termo pós-verdade, segundo Araújo (2020), como o

declínio da razão, de atitudes racionais, em detrimento de ações dirigidas pelo emocional ou por crenças, preconceitos, visões de mundo pré-concebidas e estanques. Tais dimensões acabam por se desdobrar em outros fenômenos e aspectos, tendo implicações para a

prática da democracia e da tolerância, estando relacionada a questões como populismo, autoritarismo e cultura do ódio (ARAÚJO, 2020, p.3).

A Pós-verdade molda a informação para benefício exclusivo do informador ou de outros interesses particulares por trás dela. É tendenciosa, pretenciosa e bastante sensacionalista, ela embaralha a verdade com a intenção de levar ao leitor a mensagem alterada e muitas vezes destorcida, para induzi-lo a adotar ações que não teriam se não acreditasse na idoneidade do ato de fala perculacionário. Teixeira (2018) destaca que, no âmbito da concepção de Pós-verdade, as decisões motivadas por apelos emocionais possuem mais peso em detrimento das decisões impulsionadas por fatos objetivos.

O resultado de uma substituição total e consistente da verdade factual por mentiras não é que a mentira será agora aceita como verdade e que a verdade será difamada como uma mentira, mas que o próprio senso pelo qual nos orientamos no mundo real – e a categoria de verdade como oposta à de falsidade está entre os recursos mentais que nos orientam – está sendo destruído (TEIXEIRA, 2018, p. 33).

É válido refletir sobre a Era da Pós-verdade a partir do olhar de Falcão e Souza (2021, p. 57): “a multiplicidade de emissores possibilitada pelas redes pode ter contribuído para a relativização da verdade na sociedade atual, o que a leva a uma ‘crise da verdade’”. (...) “a sociedade começa a vivenciar a desconfiança, a descredibilidade, sobre as disputas pela narrativa da verdade que permeiam a disputa pelo poder”. Silva (2019, p. 27) explica que os indivíduos querem escolher a própria verdade “como se escolhessem comida em um bufê”. E a partir do *self-service* da própria verdade surgem fenômenos como a negação da ciência, principalmente, o que foi observado no período da pandemia da Covid-19. Dessa maneira, Foucault (2012, p. 52) defende que “a verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder”.

Em nossas sociedades, a economia da verdade tem cinco características historicamente importantes: a verdade é centrada na forma do discurso científico e nas instituições que o produzem; está submetida à constante incitação econômica e política (necessidade de verdade tanto para a produção econômica, quanto para o poder político); é objeto, de várias formas, de uma imensa difusão e de um imenso consumo (circula nos aparelhos de educação ou de informação, cuja extensão no corpo social é relativamente grande, não obstante algumas limitações rigorosas); é produzida e transmitida sob controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns aparelhos políticos ou econômicos (universidade, Exército, escritura, meios de comunicação); enfim, é objeto de debate político e confronto social (as lutas ideológicas) (FOUCAULT, 2012, p. 52).

Também é possível observar em Habermas (2023, p. 23) que “a democracia da pós-verdade, que se normalizou de forma assustadora durante o governo Trump”, trabalha divulgando “desinformação e teorias da conspiração exageradas (como no caso das manifestações anticorona e antivacina), dissemina *fake news* e, ao mesmo tempo, luta contra a imprensa mentirosa” (HABERMAS, 2023, p. 23).

Para questionar a capacidade de os cidadãos serem capazes e se identificar com jogo democrático, Werle e Melo, (2023, p. 22) observam nas crises climáticas e migratórias, na pandemia global e guerra que pode envolver as grandes potências mundiais, nos imperativos de mercados globalmente desregulamentados com mudanças na situação econômica e política internacional, agravados pelo medo de declínio social descontrolado devido às crescentes desigualdades de renda e riqueza, precarização das relações de trabalho e das condições de vida, “tendências de despolitização com consequências dramáticas para a democracia”.

O problema mais grave, é que aqueles que perdem a fé na democracia tornam-se alvos fáceis para os populistas de direita que exploram suas frustrações e o potencial antidemocrático resultante. A regressão política visível a olho nu deixa-se mostrar em eventos recentes, como é o caso da invasão do Capitólio em 6 de janeiro de 2021, quando Donald Trump encontrou eco na ira de cidadãos radicalizados – ou na tentativa de golpe cívico-militar ocorrida no Brasil em 8 de janeiro de 2023, quando apoiadores inflamados de Jair Bolsonaro invadiram a Praça dos Três Poderes alegando não reconhecer o resultado legítimo das eleições democráticas que levaram Lula à presidência (Werle; Melo, 2023, p. 22).

Também, é importante mencionar que o conceito de democracia deliberativa defendido por Habermas (2023, p. 101) implica, para reconhecimento do processo como democrático, que a comunidade política seja conformada através do direito moderno, permitindo aos cidadãos direitos subjetivos iguais. Além de ter a sua origem nos Estados territoriais e, também, no caráter representativo, “pois, a formação política da vontade dos cidadãos só pode ser exercida indiretamente, ou seja, por sufrágio universal”.

Em nosso contexto, acrescenta-se a circunstância segundo a qual o requisito de um ato de vontade exercido em comum só pode ser cumprido em uma esfera pública inclusiva. Pois só quando os atos eleitorais foram o resultado da participação dos cidadãos em uma comunicação de massa em grande parte anônima, mas comum, essas decisões podem ser qualificadas sob dois aspectos: que elas sejam tomadas de maneira individual e independente por todos como

resultado de uma formação comum da vontade. A comunicação pública forma o elo necessário entre a autonomia política do indivíduo e a formação política comum da vontade de todos os cidadãos (HABERMAS, 2023, p. 101).

Com o intuito de amenizar a mal informação propagada na sociedade atual, o jornalismo vem combatendo a *Fake News* e a Pós-verdade com o uso da curadoria, como proteção e afirmação para a legitimidade da informação passada. O jornalismo tem a credibilidade e a ética como temas centrais para a execução de uma comunicação dialógica, com esses dois aspectos importantes afetados, a curadoria surgiu para reafirmar a importância de a verdade consensual construída intersubjetivamente ser dita como ela é, ou seja, imprescindivelmente pluralista. Por isso, é vital dialogar sobre o tema a partir do destaque da intersubjetividade conforme salienta Norbet Elias no *Escrito e Ensaio* (2006, p. 70): “as sociedades não são nada além de indivíduos conectados entre si; cada indivíduo é dependente dos outros”.

E a sociedade precisa, em conjunto, refletir sobre o papel do jornalista curador neste novo ecossistema comunicacional lançando um olhar para a curadoria das notícias como um contributo para a qualidade profissional da prática jornalística, visto que a opinião pública precisa proteger o interesse coletivo em contrapartida aos interesses particulares dos grupos que comandam os aparelhos do Estado e as grandes empresas do mercado. Para efetivar na sociedade a formação democrática da vontade se faz imprescindível a formação individual da opinião assim como, a tomada de decisão dos cidadãos.

O cidadão individual só consegue equilibrar a tensão que existe entre os respectivos interesses do cidadão social e o interesse pelo bem comum do cidadão político na condição do participante no processo de formação pública da opinião (...). O estado democrático de direito garante a todos os cidadãos de maneira co-originária tanto a autonomia política quanto as liberdades iguais de um sujeito privado. As normas jurídicas que garantem tais liberdades, as “leis coercitivas da liberdade” de Kant, só podem ser igualmente desejadas por todos se refletirem um equilíbrio solidário dos respectivos interesses conflitantes. E esse equilíbrio, por sua vez, só pode ocorrer na esfera pública através dos processos políticos de formação comum da opinião e da vontade do eleitorado (HABERMAS, 2023, p. 102).

Mesmo diante do propósito liberal do Estado de Direito em assegurar na forma de direitos subjetivos que as liberdades privadas sejam iguais para os cidadãos sociais livremente associados. Com isso, essas liberdades apenas permanecem livres da heteronomia paternalista caso os próprios cidadãos diante

de seu papel como cidadãos políticos e, assim como, legisladores democráticos, utilizarem ao mesmo tempo os seus direitos de comunicação e, também, de participação no propósito de gerar uma autonomia política exercida de maneira intersubjetiva. Pois, as liberdades privadas do Estado de Direito só são possíveis de corresponder aos seus próprios interesses caso os próprios cidadãos se concederem seus direitos. Diante deste contexto político e social, Park³ (2008, p. 71) defende o fundamental papel da imprensa de influenciar a “formação de opinião pública mobilizando a comunidade para a ação política”:

Não existe opinião pública na qual as massas populares participam, exceto numa sociedade livre. Não pode haver opinião pública a respeito de qualquer ação política a não ser que as pessoas, que constituem o público, saibam, pelo menos numa forma geral, o que está acontecendo. (...) se o conhecimento circular apenas de maneira indireta ou tomar formas de lendas e mitos, que surgem e circulam amplamente na ausência de um conhecimento mais direto e preciso, então não pode haver nada que corresponda à opinião pública como a conhecemos. Pois a opinião pública, que funciona como uma mente numa sociedade livre, é o produto da discussão. Por sua vez, a discussão surge de diferentes interpretações que diferentes indivíduos, diferentes partidos políticos e grupos dão aos eventos (PARK, 2008, p. 72).

É importante destacar que Park (2008, p. 73) foi um dos primeiros teóricos a compreender “o jornalismo como uma forma de conhecimento importante na concepção da realidade”, ainda na primeira metade do século XX. O autor defende “o jornalismo como uma instituição social, na qual autoridades públicas e a sociedade civil se comunicam de forma indireta para discutir políticas públicas”. E avança ao posicionar que “o jornalista, mais que um mediador, tem uma função pedagógica” (SOUZA, 2021, p. 44).

A mídia tradicional desempenha um importante papel como instância de mediação que, na diversidade de perspectivas de situações de vida social e formas culturais de vida, extrai um núcleo de interpretação intersubjetivamente compartilhado entre as visões de mundo concorrentes e assegura que seja aceito racionalmente de modo geral. É claro, não se trata de vê-la como fiador último da objetividade do mundo nem de desconsiderar a presença do poder econômico, suas estratégias seletivas de manipulação, exclusão, mas de reconhecer que a mídia tradicional, com seu fluxo de informações e interpretações renovadas diariamente, confirma, corrige e complementa a imagem cotidiana vaga de um mundo assumido como objetivo, que mais ou menos todos os contemporâneos presumem que também seja aceito

³ É importante destacar que o teórico “Robert Ezra Park foi um sociólogo americano que se preocupou com o desenvolvimento de novas metodologias de pesquisa que privilegiavam métodos qualitativos e empíricos, numa época de grande preponderância do viés funcionalista” (SOUZA, 2021, p. 44).

por todos os demais como o mundo normal ou válido. Entre outros riscos, é esse pressuposto de um mundo objetivo comum e, conseqüentemente, de uma agenda política comum, que é posto em xeque pelas novas tecnologias de comunicação, as quais atualmente fragmentam e dissolvem as esferas públicas: as plataformas digitais funcionam como câmeras de eco, ou bolhas sociais para seguidores de mentalidade semelhante, que se isolam daqueles com opiniões dissonantes (WERLE; MELO, 2023, p. 17).

Pensar o jornalismo como um mecanismo de formar conhecimento crítico, com a finalidade de “ler e interpretar a realidade para a sociedade” é defendido por outros autores como Genro Filho (1987), Gomis (1997), Meditsh (2003) e Tuchman (2016). “Neste sentido, a imprensa é vista como fundamental para que as pessoas possam ler o mundo, se posicionar na esfera pública e exercer a cidadania” (Souza, 2021, p. 44).

O público vive como presente o passado imediato e o futuro eminente e participa ao premiar com sua atenção os fatos que despertam o maior interesse. As notícias com maior repercussão mobilizam a iniciativa e a capacidade de resposta dos atores sociais, que produzem novos fatos e os apresentam para que cheguem ao conhecimento da mídia e, posteriormente, apresentados ao público. A mediação generalizada dos meios estimula a ação social (GOMIS, 1997, p.187).

A preocupação com o público representa uma das principais inquietações dos profissionais de comunicação, sendo motivo de várias pesquisas e debates teóricos na área. Em relação a isso, Madureira (2010, p. 42) observa que, apesar da relação entre jornalista e público possuir como característica uma idealização, é possível identificar o “jornalista e a audiência em suas funções originais – o primeiro é visto pela audiência com absoluto controle sobre o que será ou não publicado”. Porém, na realidade não é do conhecimento do grande público a influência da política editorial sobre o trabalho jornalístico assim como a pressão da organização empresarial para constranger os jornalistas a manter-se nos limites da política editorial (Breed, 2016). E, por conta disso, o filtro do que entra e do que não é publicado não se encontra, infelizmente, no controle exclusivo do profissional jornalista. Enquanto, Madureira (2010) reforça que a audiência teria uma postura meramente reativa ao trabalho do jornalista. Contudo, apesar da autonomia do jornalista ser relativa, é possível observar com Vizeu (2002) a postura profissional do jornalista de agir com certa autossuficiência, partindo do princípio de que, como o interesse principal do profissional consiste em informar,

é possível identificar mais duas preocupações: a primeira em relação a estrutura narrativa do conteúdo a ser noticiado e a segunda em relação a “protetividade”.

A preocupação com a estrutura narrativa pode ser percebida na importância dada à clareza, manifestada desde a plena identificação dos personagens envolvidos e do fato narrado, até as informações de serviço (por exemplo: quais os serviços que funcionam no feriado, bolsa (oferta) de empregos, etc.). Já a protetividade manifesta-se quando o jornalista evita noticiar o que pode causar pânico ou ansiedade desnecessária, por exemplo, acidentes sem detalhes, catástrofes naturais, pestes, etc. Outra restrição muito comum na mídia são as informações sobre suicídio. As empresas entendem que a divulgação pode contribuir para incentivar as pessoas a atentarem contra a própria vida (MESQUITA, 2014, p. 44-45).

Assim, inerente às preocupações do profissional com o público, inserem-se a estrutura narrativa do conteúdo a ser noticiado e a protetividade em evitar propagar informações que possam causar pânico social. É possível observar uma outra mudança que ocorreu na dinâmica comunicacional, a partir da década de 1970, e que impacta a relação do jornalista com o seu público:

Se a “rua” perde a vez para um jornalismo de tipo mais estático, imobilista, essa evolução é decorrente da transformação da relação com as fontes e do espaço que estas ocupam no *continuum* da produção informativa. Para se informar, o jornalista mobiliza redes de relacionamentos que lhe permitem entrar em contato, diretamente ou via agências, com o discurso que os atores sociais produzem sobre a realidade. Esse relacionamento, sem o qual o trabalho de apuração de informações não existiria, induz a uma interdependência complexa (RUELLAN, 2006, p. 33).

Essas preocupações que perpassam o coletivo profissional também desenvolveram terreno fértil no Jornalismo de Fontes como assim conceitua Santana (2011), principalmente no caso brasileiro, estimulando a nova consciência profissional com a cooperação.

Essa fertilidade brasileira para o Jornalismo de Fontes se deu pela necessidade dos movimentos políticos e sociais brasileiros, durante o regime militar, de criar mídias alternativas, veiculando mensagens que se dirigiam diretamente aos públicos, sem passar pelas mídias tradicionais, na época, controladas. O hábito manteve-se e desenvolveu-se com o fim da ditadura e o processo de redemocratização brasileira, dentro de um entendimento das organizações (políticas, sindicais, associativas, administrativas) de que a posse de uma mídia apresenta duas vantagens: comunicação direta com os públicos e uma grande capacidade de interferir na agenda das mídias tradicionais (MESQUITA, 2014, p. 46).

O avanço das mídias digitais acelerou ainda mais a “revolução das fontes”, como conceitua Chaparro (2009, p. 07) ao descrever que “as fontes, antigamente passivas, se transformaram em instituições deliberadamente produtoras de conteúdos, por meio de fatos e falas noticiáveis”. Então, Scolari (2008) registra que as mídias digitais rompem com o modelo “um para muitos”, característica principal do *broadcasting*. E como consequência desta ruptura, “homens e mulheres começam a deixar de serem “receptores passivos” da televisão, do rádio e dos jornais para interferirem e participarem de uma forma mais efetiva no processo de produção de conteúdos para as mídias” (MESQUITA, 2014, p. 46).

Historicamente, o acesso privilegiado à pauta jornalística vem sendo usufruído pelas fontes oficiais. As demais fontes – movimentos sociais e o cidadão comum de uma maneira geral – que se encontram na periferia da estrutura de poder sofrem, quase sempre, uma exclusão sistemática do debate público articulado pelo jornalismo. Essa exclusão compromete a representatividade e a legitimidade da representação simbólica que constrói a realidade (MESQUITA, 2014, p. 47).

Dessa maneira, encontra-se atualmente o cidadão comum que em muitos momentos não participava do debate público articulado pela instituição jornalística e passa ter acesso através das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) com a facilidade e a visibilidade das mídias digitais. Essa cooperação começou a ocasionar uma intervenção do público junto ao “processo de produção de conteúdos para as mídias, disputando visibilidade midiática com as fontes oficiais, que alimentam a pauta jornalística” (MESQUITA, 2014, p. 46).

As oportunidades de surgirem informações da periferia da estrutura de poder (movimentos sociais e simples cidadãos) que enriqueçam e confirmem maior representatividade ao espaço público articulado pelo jornalismo, em geral, só acontecem em situações de crise, quando o sistema de sanções e recompensas dos meios de controle sistêmicos não consegue compensar as expectativas de maior legitimidade nas deliberações sobre as questões de interesse coletivo. Neste caso, verifica-se nas decisões o que Habermas (1997) denomina de modelo de iniciativa externa (VIZEU; ROCHA; MESQUITA, 2010, p. 29).

Comumente, o modelo de acesso interno analisado por Habermas (1997, p. 54) prevalece diante do “processo de formação de opinião e de deliberação sobre questões públicas”, sendo os resultados “restritos à lógica e aos interesses exclusivos da estrutura de poder”.

O peso que a vontade dos cidadãos, ou seja, o soberano, ganha nas decisões do sistema político como um todo depende, de maneira não insignificante, do potencial de esclarecimento que a contribuição da

mídia de massa introduz nessa formação de opinião. Isso porque essa formação se alimenta do processamento jornalístico prévio dos temas e das contribuições, das propostas alternativas, das informações, das tomadas de posições a favor e contra, em suma, do *input* que se infiltra na esfera pública pelos canais de informação dos partidos políticos, dos grupos de interesse e das agências de relações públicas dos sistemas sociais funcionais, bem como a partir dos atores e intelectuais da sociedade civil. Por meio desse pluralismo de opinião mais ou menos informado, filtrado pelo sistema de mídia, cada cidadão e cada cidadã tem a oportunidade de formar sua própria opinião e, do seu ponto de vista, tomar uma decisão eleitoral que seja a mais racionalmente motivada possível (HABERMAS, 2023, p. 41).

Desta maneira, Mesquita (2014, p. 47) explica que, no modelo de iniciativa interna, “as deliberações são apenas comunicadas à sociedade, sem que tenham sido precedidas de uma discussão aberta na esfera pública, conforme o ideal republicano democrático de autogoverno dos cidadãos que formam a sociedade”.

Até mesmo quando o jornalismo investigativo ou a pressão dos cidadãos nos movimentos sociais conseguem institucionalizar, no espaço público, assuntos inconvenientes para a estrutura de poder – modelo de mobilização, conforme Habermas (1997) – ainda assim, geralmente, prevalece a lógica dos interesses particulares poderosos, já que estes setores possuem muito mais recursos para mobilizar apoios e adesões às suas pretensões (VIZEU; ROCHA; MESQUITA, 2010, p. 29).

O rápido crescimento tecnológico nas mídias sociais promove, segundo Habermas (2023, p. 29) “tendências que dilatam os limites da esfera pública, mas também provocam a sua fragmentação”. Sendo possível observar que “o caráter horizontal da nova mídia, ao lado da esfera pública editada, cria um espaço de comunicação no qual leitores, ouvintes e espectadores podem assumir espontaneamente o papel de autores” (Habermas, 2023, p. 29).

O alcance da nova mídia pode ser visto no resultado de um levantamento longitudinal sobre o uso dos serviços de mídia ampliados. Embora o uso da internet tenha se espalhado rapidamente nas últimas duas décadas e a televisão e o rádio tenham mantido mais ou menos suas percentagens, o consumo de jornais impressos e revistas está caindo drasticamente. A ascensão da nova mídia está ocorrendo à sombra de uma exploração comercial da comunicação de rede que, por enquanto, está pouco regulamentada. Por um lado, isso ameaça retirar, a base econômica dos editores e dos jornalistas tradicionais como o grupo profissional competente; por outro lado, parece que se impõe entre os usuários exclusivos da mídia social um modo de comunicação semipública, fragmentada e que gira em torno de si mesma, o que deforma sua percepção da esfera pública política como tal (Habermas, 2023, p. 29).

As mídias sociais oportunizam a presença e a participação do cidadão no debate midiático, sendo válido enfatizar o baixo custo operacional inicial, tendo no barateamento da tecnologia a possibilidade de acesso de milhões de usuários para a criação de conteúdo digital. Contudo, Anderson (2006, p. 55) comenta o novo cenário ponderando que “o fato de qualquer um ser capaz de produzir conteúdo só é significativo se outros puderem desfrutá-lo. O computador pessoal (PC) transformou todas as pessoas em produtores e editores, mas foi a Internet que converteu todo mundo em distribuidores”.

Para Jorge (2013, p. 67), a Internet possui a função de recuperar “o lugar de participação das pessoas no processo de comunicação”. Segundo Berger e Luckmann (2004), essas transformações estruturais permitem uma renovação do espaço público, facilitando o reconhecimento pelo cidadão do direito de participar na construção de sentido e, por consequência, da construção social da realidade.

Ao analisarmos o contexto social das mudanças estruturais, culturais e tecnológicas, é possível observar, segundo Anderson (2006, p. 15), que a “democratização das ferramentas de produção, redução dos custos do consumo da informação pela democratização da distribuição e da interatividade”, fazem notar o surgimento de um novo agente no jornalismo, que é denominado por Mesquita (2014, p. 57) de audiência potente, capaz de “criar e alimentar seus próprios espaços de visibilidade e disponibilizar um grande número de conteúdos, principalmente em redes sociais”. Para isso, é necessário apenas “que tenha disponibilidade, habilidade para usar algumas ferramentas e acesso a um computador ou a dispositivos móveis, como celulares, *smartphones*, *tablets*, dentre outros, conectados à Internet” (Mesquita, 2014, p. 57).

No papel de produtora e receptora de informações, a audiência, para alguns teóricos, ameaçava a atividade jornalística na medida em que tinha acesso aos meios de produção para participar da configuração da realidade. As denominações para o papel desempenhado por essa audiência eram várias: jornalismo participativo, cidadão repórter, jornalismo de código aberto, jornalismo público, jornalismo cívico. Em meio a muitas discussões nesse momento, os autores só conseguiam convergir para o entendimento de que há uma mudança nas relações entre os veículos de comunicação e a audiência, já que esta última, além de ativa e comunicativa, tem, agora, acesso aos meios de produção de conteúdos. Assim, uma das primeiras afirmativas referentes à Audiência Potente, é que ela, embora se integre cada vez mais ao campo jornalístico e contribua com o jornalismo, não é jornalista (MESQUITA, 2014, p. 57).

Diante da nova consciência profissional jornalística, no mundo da cooperação, refletir sobre a ótica de Cobo (2012, p. 104-105) auxilia na compreensão do novo conceito de audiência potente: “Assim, não podemos dizer que as redes sociais, nem muitos serviços da web são grátis, porque estamos dando algo em troca: nossos dados e nosso tempo”. Por isso, a economia da atenção dita uma das principais características da audiência potente, que segundo Mesquita (2014, p. 67) consiste na “capacidade de reação imediata aos conteúdos que lhe são apresentados”.

Isso possibilita que os veículos de comunicação tenham um extrato em tempo real do que alguns membros de sua audiência estão refletindo sobre as notícias veiculadas. A audiência, com característica de reação, atua comentando as notícias, complementando-as e até corrigindo-as, e, muitas vezes, com um olhar crítico para o tipo de abordagem utilizada pelo veículo de comunicação (...). A Audiência Potente que tem a característica de testemunha, tem também a característica de coprodução, uma vez que, em uma sociedade que valoriza cada vez mais a exposição, não basta apenas presenciar um acontecimento, mas registrá-lo, distribuí-lo e, preferencialmente, exibi-lo em redes sociais (MESQUITA, 2014, p. 67-68).

É imprescindível refletir a partir do conceito de Brambilla (2011, p. 65) que analisa o ponto crucial de mudança paradigmática comunicacional, ocorrendo quando o usuário não necessita mais procurar o veículo de comunicação para ter voz. Pelo contrário, o jornalista em busca de um “conteúdo diferenciado e com alto teor de noticiabilidade” procura a sua audiência potente como fonte de informação.

Dessa forma, essa audiência, que denominamos potente, pode manifestar diversas características, como a sua formação em redes, o que possibilita aos veículos de comunicação informações de diversos lugares no mesmo momento. Essa interatividade veículo-audiência, manifestada na forma de diálogo entre o jornalista da redação e a audiência distribuída nos diversos cantos do mundo, aumenta a rede de fontes do veículo de comunicação, ao mesmo tempo em que amplia a visibilidade dos conteúdos, não mais restritos a uma divulgação pelos veículos de comunicação de referência, mas circulando em outros espaços, como por exemplo, nas redes sociais (MESQUITA, 2014, p. 70).

Com isso, observa-se o curador de notícias como o profissional responsável para selecionar, organizar e compartilhar as informações difundidas pela audiência potente. Pois, a audiência potente está transformando o mundo da cooperação comunicacional possibilitando que na esfera midiática novos assuntos sejam contemplados. Além de romper com a hegemonia das fontes

institucionalizadas, alterando assim, alguns valores-notícia e a relação veículos-consumidores da informação. É válido destacar, que segundo Mesquita (2014, p. 85), durante a produção da notícia (que contempla as seguintes etapas de checagem, apuração, escrita, edição e publicação) a audiência potente não participa de todo o processo. O conteúdo apresentado pela audiência potente pode ser utilizado pelos veículos de diversas maneiras, tais como: “sugestão de pauta; como respostas a sondagens para municiar os veículos de como pensa a audiência sobre determinado assunto; como questionamento e crítica a falta de determinados assuntos no noticiário; como opinião sobre determinado tema trabalhado pelos veículos de referência”.

Denominamos Audiência Potente esse novo agente que se envolve ou é envolvido nos processos, práticas e rotinas jornalísticas possuindo: capacidade de propagação da informação, não necessariamente notícia; capacidade de ação, possibilitada pelo acesso aos meios de produção; capacidade de transformação, na medida em que muda sua forma de ação e de comportamento ao longo do tempo, dependendo de condições culturais, econômicas, sociais, tecnológicas, dentre outras; e capacidade de amplificação, na medida em que ressignifica o conteúdo, por meio de comentários, opiniões e novos olhares sobre o assunto, reverberando-o nas redes. Essa última capacidade pode servir como norteador do que querem e do que pensam esses cidadãos e cidadãs que se envolvem com os meios de comunicação. Com a emergência da Audiência Potente, a escolha do que é notícia não é só feita de uma forma presumida, uma vez que ela fornece indicativos de interesses, que vêm sendo apropriados pelo jornalismo na construção da notícia (MESQUITA, 2014, p. 72).

É importante destacar que todo este movimento analisado da audiência potente tendo o protagonismo e empoderamento no processo de comunicação ocorre com sucesso pelo fenômeno da curadoria das notícias ao organizar e orquestrar a difusão da informação no ambiente digital. Quando o público assume esse novo lugar no mundo da cooperação, atuando como audiência potente, cidadãs e cidadãos, de alguma forma, estabelecem uma relação ativa com os veículos de comunicação, envolvendo-se, ou sendo envolvidos, como fontes de novas informações para subsidiar os processos produtivos nas rotinas jornalísticas, estabelecendo uma relação ativa e dialógica com os veículos de comunicação como é descrita por Mesquita (2014, p. 81): “não há uma unidirecionalidade dos conteúdos (veículos de comunicação-audiência), mas uma bidirecionalidade (veículos de comunicação-audiência e vice-versa)”.

Dessa maneira, a autora enfatiza que é estabelecida uma via de duas mãos e, assim, a audiência não pode ser tratada no automático, pois, as suas

perguntas precisam ser respondidas e as suas insatisfações consideradas, bem como, as suas sugestões checadas, questões que necessariamente devem ser tratadas pela curadoria da notícia.

Para Brambilla (2013), as redes sociais e o jornalismo devem caminhar considerando igualmente três aspectos: a ativação (postagens), a produção de conteúdo e o relacionamento. Segundo ela, o relacionamento, que deve ser mais transparente e humano, não pode ser pensado somente para buscar a participação do outro, mas tem que engajá-lo e envolvê-lo. O jornalismo também precisa ter a mesma linguagem dos usuários das redes sociais (MESQUITA, 2014, p. 79).

O público consiste em uma das principais preocupações dos jornalistas. Segundo Mesquita (2014, p. 83), o público dedica o seu bem mais precioso, o tempo, para receber em contrapartida a informação de qualidade. Dessa maneira, a autora trabalha o conceito da audiência potente na relação bidirecional entre veículos de comunicação e audiência e vice-versa. Também, é importante destacar uma outra mudança que consiste no “surgimento de duas novas funções: o editor de mídias sociais e o *community manager*, que reúnem atribuições da área jornalística e do marketing”, aproximando a redação jornalística ainda mais ao fenômeno da curadoria das notícias, tendo o aprofundamento da temática no próximo capítulo.

3 A curadoria das notícias e o jornalista curador

3.1 Historiografia da curadoria

A origem etimológica da palavra curadoria provém do latim, tendo no radical “*cur*” o significado de cuidar correspondendo, como explica Cortella (2017), ao ato de zelar, cuidar de algo. A origem da palavra está além das artes, mas também no Direito Romano, como descrevem Saad e Bertocchi (2012) a respeito da figura do *curator bonorum*

É protagonista do que se chama no Direito Romano clássico da *bonorum venditio*, na qual a *venditio* é “venda”, “(...) referia-se à alienação forçada da totalidade do patrimônio do devedor” (idem) [GROFF, 2010, p.07]. O “*curator*” era figura de destaque neste contexto, pois não necessariamente fazia parte dos credores de determinado patrimônio, mas podia agir como dono dos bens que lhe caíam nas mãos. Assim, o curador protegia o patrimônio de uma dilapidação e cuidava dos interesses do devedor. Ele também é a figura responsável pela evolução da “Execução”: Curadoria (*curatela*) e execução patrimonial (RAMOS, 2012, p.16).

Dessa maneira, a atitude do *curator* tinha por responsabilidade defender os interesses tanto dos credores quanto dos devedores, tendo o compromisso de zelar pelo interesse de ambas as partes, para que nenhuma das partes fosse prejudicada durante a cobrança de uma dívida. Castilho (2015) aponta que, durante os séculos XVIII e XIX, a palavra curadoria foi amplamente difundida na área jurídica tendo significado atrelado à proteção e guarda de pessoas, consideradas incapazes de tomar decisões que influenciassem os interesses familiares ou sociais, sendo classificadas como menores de idade ou deficientes físicos e/ou mentais.

A partir do século XX, a palavra curador voltou a receber destaque nos museus com a profissão do curador de arte⁴. Segundo Ramos (2012, p. 17), o curador de arte assume a função social do *curator bonorum* em uma nova área com a missão de “conservar e administrar (no museu), habilidade, idoneidade indiscutível na sua área de atuação e capacidade de relacionamento e mediação,

⁴ “Na segunda metade do século XX surgiu uma nova figura, na posição de agente cultural influente, que acabaria por roubar de modo eficaz a posição suprema da crítica e do historiador da arte no discurso da arte contemporânea. A figura era do curador, diretor ou comissário de exposições. Entre os anos 70 e 90, à medida que os acadêmicos e críticos se tornaram menos influentes nas decisões sobre o destino da carreira do artista – especialmente na cultura metropolitana – o curador começou cada vez mais a definir a natureza e a direção do gosto na arte contemporânea – tanto assim que, na virada para o século XXI, o curador passa então a representar a figura mais temida e talvez a mais odiada da arte contemporânea” (OGUIBE, 2004, p. 7).

já que precisa prestar contas ao público. Melhor dizendo, uma das características do seu trabalho é de um serviço ‘ao’ público”.

Nesse sentido, curadoria denota a seleção, cuidado e preservação de acervos de objetos. O conteúdo das coleções curadas é, em geral, relativamente pequeno, composto por obras raras ou únicas de arte, livros e manuscritos raros, amostras naturais e físicas importantes, ou artefatos culturais. E a curadoria ocorre em contextos organizacionais relativamente limitados: bibliotecas, arquivos, museus, galerias de arte, herbários, e instituições similares (NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES, 2015, p. 104).

Outro destaque para o termo de curadoria ocorreu nas décadas de 1960 e 1970, como afirma Lee e Tibbo (2011, p. 125): “para designar o cuidado sistemático com coleções de espécimes científicos”. Nos anos seguintes entre 1980 e 1990, começou o termo “curadoria de dados” a designar a gestão de dados científicos. “Porém apenas a partir de 2003, passou-se a ter mais atenção à ideia de curadoria de dados dentro do contexto da *e-science* e da infraestrutura cibernética” (Lee; Tibbo, 2011, p. 130).

Motivado pelo acelerado crescimento da informação no meio digital, as áreas de Ciência da Computação e Ciência da Informação começaram a utilizar a curadoria digital, como descreve Siebra *et. al* (2016, p. 27), “com foco em três abordagens: na filtragem e seleção de dados na Web (Curadoria de Conteúdo ou de Informações), na agregação de valor, gestão ativa e preservação de dados digitais (Curadoria Digital) e na curadoria de dados de pesquisa (*e-science*)”. Dessa maneira, começaram a adotar o termo de curadoria digital.

Beagrie narra que a primeira vez que o termo Curadoria Digital foi utilizado ocorreu no ano de 2001, no evento *Digital Curation: digital archives, libraries and e-science seminar*, na cidade de Londres. E assim conceitua: o termo curadoria digital pode ser considerado a evolução dos termos preservação digital e arquivamento digital, de forma que, o que muitos autores têm tentado comunicar com o aparecimento desse termo, é que há a necessidade de uma nova abordagem para a criação e gerenciamento de ativos digitais. Transformando assim, a curadoria digital na ampliação do foco que antes era exclusivamente para garantir a preservação digital (BEAGRIE, 2006, p. 04).

Deste modo, é possível corroborar o conceito a partir de Castilho (2015, p. 17): “o conceito de curadoria de informações, ou seja, dados selecionados, contextualizados e difundidos pelo agente emissor de mensagens na forma de recomendações”.

A curadoria de informações é um dos recursos, em desenvolvimento, para amenizar os efeitos desorientadores da oferta de dados gerada pela generalização do uso da digitalização e da internet. O impulso inicial para o uso da curadoria surgiu com o desenvolvimento de *softwares* especializados na filtragem de notícias e de dados manipulados por empresas do mercado financeiro. A automatização da filtragem e difusão dos dados submetidos à curadoria ocorreu de forma mais rápida e intensiva do que a preocupação com a agregação de valor, criando uma lacuna no estudo do processo curatorial, especialmente na sua relação com a produção de conhecimento em comunidades sociais (CASTILHO, 2015, p. 18).

Nesta busca historiográfica da palavra curadoria também encontra-se na religião uma outra associação a palavra curador. Como explicam Cortella e Dimensteins (2017, p. 71), “o cura, em português lusitano, é o pároco, aquele que está na paróquia, portanto que cuida de uma comunidade. E o curador é aquele que toma conta, não para seu uso exclusivo, porque nesse caso ele seria o proprietário”. A partir deste olhar da religião para a palavra curador, Cortella (2017) destaca que a atitude do curador constitui uma tarefa altruísta, partilhando o seu conhecimento e com a postura de compartilhar o que sabe, assim, o conhecimento pode ser ampliado e preservado.

Ao refletir sobre o cuidado com o público e a responsabilidade em conservar um conhecimento a partir do momento que o propaga, compreende-se o papel do jornalista como o curador nato da sociedade da informação. Tendo destaque desde o surgimento da profissão, como destaca Habermas (1984), o jornalista assume o papel de articulador e mediador do consenso da opinião pública entendido como fonte única e exclusiva de legitimação das leis do estado de Direito, o que marcou na fundação da sociedade moderna o novo critério de legitimação da deliberação política em substituição do critério de legitimação medieval baseado na consanguinidade.

A necessidade de um diagnóstico aprofundado das características da nova esfera pública platformizada é defendido por Habermas (2023), a partir da aplicação da teoria crítica, ao identificar o propósito maior em reconhecer na realidade das sociedades atuais os potenciais de emancipação e seus obstáculos, tendo apoio das pesquisas empíricas sem deixar jamais de justificar os seus próprios critérios.

O pensamento habermasiano (2023) em relação ao diagnóstico das mudanças estruturais da esfera pública encontra-se na base da teoria crítica da democracia. Dessa maneira, a esfera pública possui uma contribuição funcional

para a integração da sociedade, especialmente, no âmbito da integração política dos indivíduos. Pois, a esfera pública constitui um “fenômeno social que vai muito além da contribuição funcional para a formação democrática da vontade em estados constitucionais”. Afinal, “a teoria democrática e a crítica do capitalismo andam juntas”. E, possuem como objetivo “apontar os potenciais de emancipação presentes no teor normativo de uma política deliberativa mais ou menos inscrito nas práticas e instituições do Estado democrático de direito”. Como também, “compreender os momentos de regressão e os obstáculos diante do pano de fundo das crises enfrentadas pelas sociedades capitalistas democráticas modernas” (WERLE; MELO, 2023, p. 12).

Dessa maneira, é possível identificar que a questão central observada como fio condutor dos diagnósticos diante das mudanças estruturais na esfera pública encontra-se na base da teoria crítica da democracia em Habermas consiste em examinar as condições sociais tanto materiais quanto simbólicas além das condições institucionais necessárias para a concretização efetiva de práticas de autodeterminação política entre os indivíduos livres e iguais. Tendo através do uso público da razão, ou seja, decidem democraticamente através da discussão mediante razões, deliberam e tomam decisões coletivas em relação a diversas questões políticas de interesse comum.

A partir da explicação de Werle e Melo (2023, p. 12) sobre as questões que envolvem a política deliberativa nas “dimensões teórico-explicativas de diagnóstico do tempo presente, bem como dimensões normativas sobre como entender o uso público da razão, tendo na esfera pública a categoria central para responder à questão”, tanto na dimensões teórico-explicativa quanto na dimensão normativa. São exemplos referidos os diversos indicadores sobre procedimentos democráticos, como eleições livres, oportunidades de participação política, alternância de poder, competições entre os partidos, iguais direitos de comunicação, liberdades iguais e direitos individuais para todos os concernidos, dentro outros. Também, temos os indicadores sociais que quantificam nas sociedades o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), o Índice de Gini ou coeficiente de Gini⁵, o analfabetismo e os níveis de escolaridade da população, o acesso ao saneamento básico e moradia.

⁵ O indicador referenciado mensura a distribuição de renda em um território nacional, a partir do estudo comparativo entre o grupo dos 20% mais pobres em detrimento com os 20% mais ricos.

A partir do estudo da avaliação dos indicadores do conceito de democracia se faz possível avançar e operacionalizar empiricamente a avaliação de uma determinada sociedade para verificar se encontra-se mais próxima ou mais distante do modelo de democracia ideal. Por isso, se faz imprescindível avaliar que “a política deliberativa não é um ideal elevado a partir do qual teríamos de medir a realidade desprezível, mas sim, nas sociedades pluralistas, um pré-requisito para a existência de qualquer democracia digna deste nome” (Habermas, 2023, p. 36).

A função que a esfera pública cumpre para salvaguardar a existência da comunidade democrática, mais especificamente se debruça sobre a estrutura midiática mais especificamente modificada pelas inovações tecnológicas como as plataformas da mídia social e coleta de *big data* e seu impacto sobre o processo político. A ideia central dessa análise é que a existência de uma comunidade democrática, seu desenvolvimento e relativa estabilidade, podem ser avaliados pelos padrões de sua comunicação pública: a hipótese é a de que quanto mais o uso público da razão, isto é, a discussão mediante razões, livre, inclusiva e reflexiva, estiver presente nas práticas deliberativas e nos procedimentos institucionalizados, maior será o nível de democratização de uma sociedade (WERLE; MELO, 2023, p. 13).

A internet desde o seu surgimento traz a grande promessa, em potencializar os meios para realizar a inclusão de todos os concernidos nos processos deliberativos e na busca da formação pública de opinião. Porém, com o controle do algoritmo de conteúdo significativo essa grande promessa emancipatória é atualmente abafada, ao menos parcialmente, pelos ruídos selvagens nas câmaras de eco fragmentadas e que circulam em torno de si mesmas.

Se a comunicação digitalizada superou restrições das mídias de massa tradicionais, sempre tuteladas por poderosos conglomerados do mercado da comunicação, bem como transpôs fronteiras nacionais, esse caráter mais inclusivo também foi acompanhado por uma fragmentação radical de interações comunicativas, tornando mais difícil que a formação da opinião, agora efetuada por grupos autorreferidos e organizados em formato de plataforma, pudesse contribuir com a totalidade do processo democrático. O perigo da fragmentação da esfera pública, associada ao mesmo tempo a uma esfera pública sem limites, acaba por formar circuitos de comunicação que se isolam dogmaticamente uns dos outros. Ou seja, a nova mudança estrutural da esfera pública apresenta tendências iminentes e simultâneas tanto de dissolução de suas fronteiras quanto de fragmentação da formação política da opinião e da vontade (WERLE; MELO, 2023, p. 16).

É válido refletir que Habermas (2023, p. 17-18) apresenta o processo de plataformação da esfera pública, como propiciando a possibilidade para que “o público consumidor da mídia de massa tradicional assumisse agora o papel de autor dos meios comunicativos com grande potencial difuso”. Pois, o padrão da comunicação é totalmente alterado nas mídias sociais porque “capacitam, todas as pessoas a serem autores independentes, tendo igualdade de direitos, oferecendo possibilidades ilimitadas nas plataformas digitais como se fossem quadros em branco para compartilhar seu próprio conteúdo comunicativo.

No entanto, por outro lado, as novas tecnologias foram sequestradas por grandes empresas quase monopolistas que as projetam e gerenciam principalmente para coletar dados sobre os usuários como base para novas formas de acumulação capitalista. As empresas Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, dentro outras são controladas por algoritmos, que “obedecem aos imperativos de valorização do capital, estando entre as corporações mais valiosas no mundo todo em termo de seu valor de mercado”.

A maneira principal como essas empresas de plataformas digitais conquista os lucros provém da exploração dos dados que colocam à disposição para campanhas publicitárias ou como mercadorias, em outro lugar. É importante destacar que esses dados consistem em informações que irão resultar como subprodutos de seus serviços orientados as pessoas que utilizarem as plataformas, retroalimentando o sistema digital. Esses dados correspondem às informações pessoais dos usuários que são requeridos de maneira cadastral, com o consentimento formal, para o acesso na utilização das plataformas e que a grande maioria nem se dedica para a leitura do que está inserido nos termos e condições, apenas aceitam para usufruírem as facilidades de navegação nas plataformas.

Outro aspecto relevante a observar consiste em comparar e ponderar o ganho de receitas da mídia tradicional, que é financiada através das receitas publicitárias, tendo a responsabilidade pela propaganda veiculada. Enquanto a mídia social “se alimenta de informações comercialmente exploráveis que ficam atreladas casualmente a outros serviços”, possibilitando estratégias publicitárias individualizadas. Assim, a mídia social também tem recebido a crítica de “capitalismo de vigilância”, devido ao fato de todo esse processo ser controlado pelos algoritmos e, com isso, “a mídia social também promove um impulso

adicional para a mercantilização dos contextos do mundo da vida” como cita (Habermas, 2023, p. 69).

Dessa maneira, é possível analisar que a nova mídia exerce uma pressão na lógica de valorização na mídia antiga. Pois, a mídia antiga consegue sobreviver como mídia publicitária apenas e tão somente quando é bem-sucedida com seus programas, dessa maneira, com o seu conteúdo propagado, que, contudo, de saída obedece a uma lógica completamente diferente.

A demanda por textos e transmissões cuja forma e conteúdo devem atender a padrões cognitivos, normativos ou estéticos. O fato de os leitores julgarem o desempenho jornalístico de acordo com tais padrões epistêmicos no sentido amplo fica imediatamente evidente quando se tem em vista – do ponto de vista filosófico da análise do mundo da vida – a importância da função de orientação desempenhada pela mídia em uma “sociedade midiática” cada vez mais obscura. Diante da complexidade social, a mídia é aquela instância de mediação que, na diversidade de perspectivas de situações de vida social e formas culturais de vida, extrai um núcleo de interpretação intersubjetivamente compartilhado entre as visões de mundo concorrentes e assegura que seja aceito racionalmente de modo geral (HABERMAS, 2023, p. 69).

As mídias sociais corporativas contemporâneas convidam à proliferação de comunidades on-line fortemente competitivas, e muitas vezes antagônicas, que dependem de padrões epistêmicos contraditórios e, muito provavelmente incongruentes.

Esta nova mídia real é formada por empresas que obedecem aos imperativos de valorização do capital e estão entre as corporações mais valiosas em todo mundo em termos de seu valor de mercado. Isso significa que, hoje em dia, as tendências de despolitização produzidas pelo alinhamento de política e entretenimento se tornaram muito mais intensas com oferta da mídia social. A plataformação de uma esfera pública que é perpassada por relações de poder e por imperativos de valorização do capital tanto empodera os usuários a participar, de maneira inclusiva e fragmentária, da comunicação digitalizada, quanto propicia as condições para que essa participação se converta em autoafirmação narcisista e encefalação das singularidades dos próprios concernidos (WERLE; MELO, 2023, p. 18-19).

É possível destacar que o novo formato de plataforma é o que diferencia a estrutura de nova mídia da esfera pública. Pois, a nova mídia se liberta do papel produtivo da mediação jornalística, assim como da responsabilidade diante da configuração de programas exercido pela antiga mídia. Neste aspecto, a nova mídia não se configura mídia no sentido usado até então, transformando

radicalmente o padrão de comunicação que imperava e prevalecia na esfera pública. Pois, a nova mídia não é responsável pelo conteúdo que divulga ou que comumente chama de seus próprios “programas”. Dessa maneira, a nova mídia não produz, não edita e nem tampouco delega. Ou seja, a nova mídia não tem responsabilidade por nenhuma das etapas do processo de produção de conteúdo: nem na produção de maneira profissional e nem em ser filtrado por uma redação.

Como consequência, desta ausência de responsabilidades a nova mídia transforma profundamente o caráter da comunicação pública, pois estabelece como mediadores “não responsáveis” novas conexões na internet e, com a multiplicação contingente, assim como a aceleração de contatos surpreendentes, começa a intensificar discursos imprevisíveis em termos de conteúdo, que serão compartilhados e visualizados por vários indivíduos no mundo todo.

As transmissões de programas televisivos estabelecem uma ligação linear e unilateral entre um emissor e muitos potenciais receptores; ambos os lados se encontram em diferentes papéis, ou seja, por um lado, como produtores, editores e autores publicamente identificáveis ou conhecidos pela responsabilidade por suas publicações e, por outro lado, como um público anônimo de leitores, ouvintes ou espectadores. Em contraste, as plataformas estabelecem uma conexão comunicativa multifacetada para a troca espontânea de possíveis conteúdos entre potencialmente muitos usuários. Estes não diferem uns dos outros em seus papéis por causa do médium; em vez disso, se encontram como participantes em princípio iguais e autorresponsáveis na troca comunicativa sobre temas escolhidos de maneira espontânea. Em contraste com a relação assimétrica entre emissores de programas e receptores, o vínculo descentralizado entre esses usuários de mídia é basicamente recíproco, mas, devido à falta de comportas profissionais, não é regulamentado em termos de conteúdo. O caráter igualitário e não regulamentado das relações entre as partes e a autorização simétrica dos usuários para darem suas próprias contribuições espontâneas formam o padrão de comunicação que originalmente deveria caracterizar a nova mídia (HABERMAS, 2023, p. 60-61).

É válido refletir sobre as pretensões iniciais em relação ao formato da nova mídia que objetivava cumprir uma pretensão igualitária e universalista da esfera pública em incluir todos os indivíduos em igualdade de direitos”. Porém, as empresas não iriam permitir que isso ocorresse e elas perdessem espaço, audiência, publicidade e, consequentemente, receitas. Então, o autoempoderamento dos usuários de mídia é um efeito, porém é necessário observar que “o potencial organizacional mundial oferecido pela nova mídia serve tanto às redes radicais de direita quanto às corajosas mulheres

bielorrussas em seu persistente protesto contra Lukashenko” (Habermas, 2023, p. 61).

Estamos diante de uma mudança estrutural, em uma transição sociotécnica profunda na sociedade contemporânea, e a questão principal que inquieta Habermas (2023, p. 61) é sobre o tempo que os usuários levarão para utilizarem de forma consciente a nova mídia: “assim como a impressão do livro transformou todos em potenciais leitores, a digitalização hoje transforma todos em potenciais autores. Mas, quanto tempo levou para todos aprenderem a ler?”

É válido refletir sobre a necessidade de que existe um preço a ser pago pela liberação da tutela editorial da mídia antiga até a sociedade aprender o suficiente para lidar com a mídia digital atual. Pois é importante observar que as plataformas não explicam aos seus usuários emancipados um substituto para o exame discursivo de conteúdo com base nos padrões cognitivos geralmente aceitos e nem na seleção profissional do jornalismo disponível na mídia antiga. Por isso, Sevignani (2021) identifica a corrosão do modelo de *gatekeeper* da mídia antiga.

Esse modelo não implica de forma alguma a incapacitação do usuário de mídia; ele descreve apenas uma forma de comunicação que pode capacitar os cidadãos a adquirirem os conhecimentos e as informações que são necessárias para que cada um e cada uma possa formar seu próprio juízo sobre problemas que requerem regulação política. Uma percepção politicamente adequada do papel do autor, que não é o mesmo que o papel dos consumidores, tende a aumentar a conscientização sobre os déficits no nível de conhecimento próprio. O papel do autor também precisa ser aprendido; e enquanto isto estiver faltando na troca política na mídia social, fica por enquanto prejudicada a qualidade dos discursos desinibidos, protegidos contra as opiniões dissonantes e das críticas. É da fragmentação da esfera pública, associada ao mesmo tempo a uma esfera pública sem limites, que surge primeiramente a ameaça para a formação da opinião política e da vontade na comunidade política. As redes de comunicação sem fronteiras que se formam espontaneamente em torno de certos tópicos ou pessoas podem se espalhar de maneira centrífuga e, ao mesmo tempo, condensar-se em circuitos de comunicação que se isolam dogmaticamente uns dos outros. Com isso, as tendências de dissolução dos limites e a fragmentação reforçam-se reciprocamente em uma dinâmica que age contra a força integrativa do contexto de comunicação das esferas públicas centradas nos Estados nacionais, instituídas pela imprensa rádio e televisão (HABERMAS, 2023, p. 62-63).

É possível notar que “o impulso em direção à plataformização da esfera pública”, como citam Otfried Jarren e Renate Fischer (2024, p. 365), tem colocado a mídia tradicional em apuros em diversos aspectos, como: o viés

econômico, “a diminuição da influência jornalística e à adaptação dos padrões profissionais”. A quantidade de tiragem dos jornais impressos assim como as receitas publicitárias são diretamente proporcionais e correlacionados. Assim como, a diminuição de compra dos jornais impressos compromete a base econômica da imprensa, que “ainda não encontrou um modelo de negócio verdadeiramente bem-sucedido para vendas comerciais em formatos digitais”, pois está competindo “na internet com provedores que fornecem essas informações gratuitamente a seus usuários”. Com isso, o resultado é a adoção de medidas de diminuição dos custos e de aumento das condições precárias de trabalho, fazendo com que as perdas nos mercados publicitários e a diminuição da audiência enfraqueçam a importância e o poder interpretativo da imprensa. Afinal, para adaptar-se ao trabalho e à concorrência na internet precisa-se de novas maneiras para a atuação jornalística. Apesar da participação mais intensa do público, o que Otfried Jarren e Renate Fischer (2024) chamam de *audience turn* e criticam severamente esse fenômeno como uma desvantagem devido à tendência mercadológica de desprofissionalização e à compreensão da atividade jornalística como um serviço neutro e despolitizado. “As redações, antes locais de debate político, são transformadas mais em centros de coordenação para a aquisição, controle da produção e distribuição de conteúdos (Jarren; Fischer, 2024, p. 370).

Dessa maneira, a percepção da esfera pública é modificada pelas mídias sociais em consideráveis parcelas da população, tendo uma esfera pública que vira as costas diante da percepção tradicional da própria política, mudando inclusive o sentido que a definia assim como a exigência de universalização dos interesses para abranger todos os cidadãos. Com essas mudanças, observa-se “a formação de uma esfera semipública, que se apoia sobre a função representativa de uma sociedade de singularidades altamente fragmentada, cuja lealdade encontra eco apenas entre seus próprios destinatários” (WERLE; MELO, 2023, p. 19).

Na perspectiva limitada desse tipo de esfera semipública, a esfera pública política dos Estados constitucionais democráticos não pode mais ser percebida como um espaço inclusivo para um possível esclarecimento discursivo acerca de pretensões de validade da verdade e da consideração universal de interesses que competem entre si; é precisamente esta esfera pública que surge como inclusiva

que, então, é rebaixada para esferas semipúblicas que competem em pé de igualdade (HABERMAS, 2024, p. 77).

É de suma importância destacar que o objetivo da “comunicação digitalizada”, como Werle e Melo (2023, p. 19) denominam, permite que a comunicação nas mídias digitais não possua características em ser “uma deliberação crítica e reflexiva”. Por isso, advertem sobre o fato de que as barreiras levantadas pelo formato tecnológico da comunicação digitalizada concentram-se em deliberar não em função da correção das pretensões de validade “dos enunciados objetivos ou de critérios de correção normativa, e sim, de reforçar opiniões ideologicamente convincentes entre os membros de seu próprio público fragmentado” – mesmo que para isso seja sobre a propagação de *fake news*.

A regra de inclusividade não leva à universalização da formação da opinião em processos deliberativos voltados a questões que atingem em comum todos os cidadãos, mas sim ao reconhecimento e à aceitação por destinatários que formam esse próprio público. Por isso, não importa, para tais usuários, critérios objetivos acerca da verdade de enunciados ou da correção normativa de normas comuns, já que *fake news* não podem mais ser identificadas como tais da perspectiva dos participantes. Logo, uma comunicação digitalizada voltada a ecoar entre destinatários de esferas semipúblicas tende à deformação generalizada da percepção da esfera pública política. E se, por um lado, isso potencializa o risco de tendências privatistas de despolitização, por outro, quando se procura compreender o diagnóstico do tempo presente, a formação de esferas semipúblicas possui uma força política manifesta. As mídias sociais jogam papel decisivo nas mobilizações e disputas de nossa sociedade cada vez mais digitalizada, em especial quando nos voltamos à emergência do populismo de direita (WERLE; MELO, 2023, p. 20).

Outro aspecto relevante ao debate é proposto por Philipp Staab e Thorsten Thiel quando abordam a teoria da “sociedade das singularidades” de Andreas Reckwitz (2017, p. 15), ao exemplificar sobre os incentivos que são permitidos pelas plataformas aos seus usuários para a “encenação da singularidade” e a autoapresentação narcisista. Segundo eles, é preciso diferenciar abertamente a individuação da singularização em que a primeira compreende o caráter único e insubstituível que uma pessoa conquista historicamente, tendo também na visibilidade pública o ganho de distinção que pode ser adquirido, a citar de exemplo, as aparições espontâneas na rede como promessa de singularização, principalmente entre os “influenciadores que

disputam anuência dos seguidores aos seus próprios programas e a sua própria reputação” (Reckwitz, 2017, p. 15).

Diante deste cenário midiático apresentado se faz relevante dialogar sobre os conceitos de esferas privada e pública por uma percepção limiar diante dos assuntos privados e as questões públicas, considerando o imprescindível espaço de diálogo característico da esfera pública política. Pois, nada foi alterado na estrutura da “base social da diferenciação pública e política da esfera pública em relação à esfera privada das interações econômicas, da sociedade civil e das relações familiares”, até porque a própria forma capitalista da economia encontra-se baseada dessa maneira, além de ter essa inclusa na consciência dos cidadãos nos Estados constitucionais democráticos (Habermas, 2013, p. 73).

Por conta desta percepção, espera-se que os indivíduos tomem suas decisões políticas baseadas no campo de tensão entre dois aspectos relevantes, sendo o primeiro o interesse próprio e, o segundo a orientação ao bem comum. É importante destacar que essa tensão no espaço de comunicação de uma esfera pública política é aliviada com os fluxos de comunicação pública que se destacam de todos os contatos empresariais ou privados pelo fato de passarem por comportas da edição,

Não é a diferença entre a participação ativa e passiva no discurso que é constitutiva para a esfera pública, mas sim são os temas que merecem um interesse comum, bem como a forma e a racionalidade das contribuições examinadas de maneira profissional, que possibilitam um acordo sobre interesses comuns e diferentes. A metáfora espacial de distinguir o “espaço” privado do “espaço” público não deve ser exagerada; o fator decisivo é a percepção do limiar (mesmo politicamente contestado) entre os assuntos privados e as questões públicas que serão discutidos na esfera pública política. Essa percepção também é compartilhada pelos movimentos sociais que criam contra públicos a fim de combater o estreitamento da visão da esfera pública midiática. Para além da referência substantiva ao centro capaz de agir politicamente, é a forma e a relevância das contribuições editadas e selecionadas que atraem a atenção do público; e essa expectativa de confiabilidade, qualidade e relevância geral das contribuições públicas também é constitutiva para a percepção da natureza inclusiva de uma esfera pública que deve direcionar a atenção de todos os cidadãos para os mesmos temas a fim de estimular cada um deles a formular, segundo padrões reconhecidos idênticos, seu próprio juízo sobre as questões relevantes para a tomada de decisões políticas (HABERMAS, 2023, p. 74-75).

Com isso, pode-se constatar que desde a origem das formações das sociedades midiáticas nada foi alterado na base social entre a esfera privada e

a esfera pública. Contudo, ocorreu em algumas parcelas da população a alteração da percepção da esfera pública de maneira que “ficou esmaecida a distinção seletiva entre “público” e “privado” e, com isso, o senso inclusivo da esfera pública” (Benner, 2018, p. 243).

É importante destacar que existem observações crescentes diante da tendência de virar as costas à percepção natural por meio da tradição da esfera pública política e, também, da própria política. Pois, a rede possibilita espaços virtuais em que os usuários podem encontrar caminhos possíveis de empoderamento como autores sociais. Porém, “em determinadas subculturas, a esfera pública não é mais percebida como inclusiva e a esfera pública política não é mais percebida como um espaço de comunicação para uma universalização de interesses que abranja todos os cidadãos” (Benner, 2018, p. 243).

A mídia social possibilita o surgimento de espaços públicos de acesso livre, permitindo a todos os usuários uma intervenção espontânea que atrai os políticos e os leva a realizarem uma influência personalizada sem mediação diante de uma esfera plebiscitária. Desta maneira, a infraestrutura da esfera pública plebiscitária, desestruturada em botões de cliques de gostei e não gostei, apresenta-se, exclusivamente, como de natureza técnica e econômica. Os usuários, por sua vez, são classificados como um público anônimo e se encontram “dispensados dos requisitos de admissão diante da esfera pública editada, além de estarem a partir do seu ponto de vista isentos de todo e qualquer tipo de censura, podendo recorrer a um público anônimo nos espaços de mídia de acesso livre e, também, solicitar seu consentimento. É válido observar que nesses espaços os usuários adquirem uma intimidade anônima bem peculiar, como compondo uma esfera de comunicação que era até então reservada para correspondência privada e, agora, sua participação é desdobrada para a esfera pública não sendo entendidos, assim, nem ora como espaços públicos e nem ora como espaços privados.

Os usuários que se empoderaram como autores provocam atenção com suas mensagens, pois a esfera pública não estruturada só é produzida com os comentários dos leitores e com os *likes* dos *followers*. Quando a partir deles se formam as câmaras de eco autossustentáveis, essas bolhas compartilham com a forma clássica da esfera pública o caráter poroso da abertura para a formação de redes mais amplas. No entanto, ao mesmo tempo diferem do caráter fundamentalmente inclusivo da esfera pública – e de seu contraste com

a esfera privada – pela rejeição das vozes dissonantes e pela inclusão assimiladora das vozes consoantes em seu próprio horizonte do suposto “saber” – contudo, sem filtragem profissional – circunscrito para preservar a identidade. A partir de uma visão solidificada pela confirmação mútua de seus juízos, as pretensões de universalidade que se estendem para além de seus próprios horizontes são, em princípio, suspeitas de hipocrisia. Na perspectiva limitada desse tipo de esfera semipública, a esfera pública política dos Estados constitucionais democráticos não pode mais ser percebida como um espaço inclusivo para um possível esclarecimento discursivo acerca de pretensões de validade da verdade e da consideração universal de interesses que competem entre si; é precisamente essa esfera pública que surge como inclusiva que, então, é rebaixada para esferas semipúblicas que competem em pé de igualdade. Um sintoma disso é a dupla estratégia de disseminação de *fake news* e a luta simultânea contra a “imprensa mentirosa”, o que, por sua vez, causa incerteza na esfera pública e na própria mídia dirigente. Mas, quando o espaço comum da “política” degenera em um campo de batalha entre as esferas públicas concorrentes, os programas políticos democraticamente legitimados e colocados em prática pelo Estado estimulam explicações baseadas em teorias da conspiração – como no caso das manifestações anticorona encenadas libertariamente, mas motivadas autoritariamente (HABERMAS, 2023, p. 76-77).

Hohlfeld (2020, p. 43) explica que “não é o acúmulo de *fake news* que é significativo para uma deformação generalizada da percepção da esfera pública, mas o fato de que as *fake news* não podem mais ser identificadas como tais da perspectiva dos participantes”. Encontra-se em debate, nas ciências da comunicação e nas ciências sociais, tendo o teórico Berg (2020, p. 171) trabalhado o conceito de esferas públicas disruptivas em que “teriam se desacoplado do espaço da esfera pública institucionalizada jornalisticamente”, levando os observadores científicos à falsidade de incidir na separação da descrição “desses fenômenos sintomáticos da questão da teoria democrática em geral”. Pois, a comunicação que ocorre em esferas semipúblicas independentes não acontece de maneira alguma como despolitizada devido à força que essa comunicação tem para formar a visão de mundo dos participantes que não é apolítica.

É possível identificar, segundo Habermas (2023, p. 79), que, quando a infraestrutura da esfera pública não conseguir atrair mais a atenção dos cidadãos para as situações importantes, “que exigem a tomada de decisão e não for mais capaz de garantir a formação de opiniões públicas concorrentes, ou seja, opiniões qualitativamente filtradas”, o sistema democrático encontra-se prejudicado como um todo.

Diante do sistema democrático e de todas as singularidades do momento atual com o impacto da internet no modo de vida da população e, também, no modo de fazer notícia se faz imprescindível refletir sobre a necessidade de o profissional jornalista manter sua característica de mediador pela necessidade fundamental da sociedade, “não somente para produzir conteúdos novos, mas sim para rearranjá-los em novos formatos” (Zenidarci, 2019, p. 84):

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 (SAAD; BERTOCCHI, 2012, p. 34).

Este papel da curadoria apresentado por Saad e Bertocchi (2012) se evidencia com uma importância maior quando se leva em conta o caráter instável e provisório dos significados na incompletude do processo de semiose, de acordo com a destranscendentalização pragmática promovida pela Teoria da Ação Comunicativa de Habermas (2012).

Lévi (2015) defende a necessidade do trabalho especializado na seara do digital e este ofício se encaixa perfeitamente nas habilidades do jornalista por já trabalhar a seleção e o agrupamento das informações apuradas com a fonte jornalística. O jornalista como curador das notícias compartilha o seu conhecimento (as informações) a partir da experiência profissional, tendo a subjetividade presente assim como os valores-notícia mais direcionado para os interesses do público, “sem, necessariamente, produzir ou reescrever o material do qual teve acesso, criando uma linha sequencial de raciocínio” (Zenidarci, 2019, p. 85).

O papel da ágora virtual não é o de decidir no lugar das pessoas (nenhuma relação com os grotescos projetos de ‘máquinas de governar’), mas o de contribuir para produzir o agenciamento coletivo de enunciação, animado por pessoas vivas (LÉVY, 2015, p. 70).

Atualmente, as pesquisas sobre curadoria das notícias no campo da comunicação estão na fase inicial. Castilho e Coelho (2014) mapearam que as primeiras pesquisas na área da curadoria das notícias ocorreram nos Estados Unidos, em 2011, enquanto no Brasil só iniciaram em 2013. A curadoria constituiu um termo multidisciplinar em que várias áreas do conhecimento o

utilizam para fins e meios específicos, como nas artes onde se encontra o curador da exposição, com o papel de reunir as obras mais exponenciais de determinado artista; em biblioteconomia utiliza-se o termo de curadoria de conteúdos digitais para garantir a preservação e organização dos acervos de dados e, no campo da comunicação especificamente no jornalismo, em que se observa o fenômeno da curadoria das notícias. Assim, a presente tese busca aprofundar a pesquisa no âmbito da comunicação, direcionando a investigação científica para a curadoria das notícias e identificando o papel social do jornalista curador de notícias como um dos objetivos específicos da presente pesquisa.

3.2 Curadoria: um termo vários desdobramentos

Se faz notável observar e enfatizar a multidisciplinaridade que envolve a palavra: curadoria. De acordo com Castilho (2015), os termos curadoria e curador encontram-se no núcleo de uma polêmica ontológica, pois a partir do contexto de uso e do autor que a pesquise ambos apresentarão significados diferentes.

Siebra e outros (2016, p. 23) apresentam a natureza polissêmica do termo ao identificar o “fato da curadoria ser uma prática naturalmente interdisciplinar, combinando questões tecnológicas, comunicacionais, gerenciais, cognitivas, de geração de conhecimento e informacionais.”

É possível lançar olhar sobre a origem da curadoria digital, identificando-a como a “mãe” da curadoria das notícias, observando com Yakei (2007) que, no início, o conceito abrangente de curadoria digital contemplou: a preservação digital, a curadoria de dados, o gerenciamento de ativos digitais e o gerenciamento de registros eletrônicos em diversos âmbitos profissionais, educacionais e científicos em organizações do setor privado e da área governamental.

A curadoria digital, segundo o Digital Curation Center (DCC) (2012), visa a gestão ativa, agregação de valor à informação digital e a preservação de recursos digitais, tanto para uso atual quanto futuro, durante todo o ciclo de vida do dado digital. Ressalta-se que gestão ativa abrange uma ampla gama de atividades gerenciais e técnicas e denota que as ações devem ser sistemáticas, planejadas, intencionais, de forma a fazer a informação digital atender a um propósito. Assim, ela engloba atividades coordenadas que permitam aos usuários compreender e explorar ativos de informação digital e garantir a sua integridade ao longo do tempo; atividades que assegurem que a

informação digital permanecerá detectável, acessível e utilizável durante o tempo que os usuários em potencial tenham necessidade ou direito de usá-la e a proteção das informações digitais contra acesso não autorizado (SIEBRA *et al.* 2016, p. 29).

Para Santos (2014, p. 132), a curadoria consiste em um conceito guarda-chuva tendo vários desdobramentos escondidos dentro de si - como pode ser observado na Figura 1 – acepções de curadoria digital - e, assim, define a curadoria digital como “um termo amplo que está em franco desenvolvimento, que abarca definições correlatas voltadas à seleção, enriquecimento, tratamento e preservação da informação para o acesso e uso futuro, seja ela de natureza científica, administrativa ou pessoal”.

Figura 1 – Acepções de curadoria digital



Fonte: Santos (2014, p. 132).

Dentro do universo da curadoria digital, por compreendê-lo como um termo hiperonímio ou guarda-chuva, encontra-se a curadoria de conteúdo. Como Herther (2012) caracteriza,

A curadoria de conteúdo inclina-se para necessidades imediatistas de informação sem muita preocupação com a gestão e preservação dos

dados a longo prazo. De fato, ao pesquisar, selecionar, agregar valor, organizar e compartilhar conteúdo, a curadoria contribui para aumentar a estruturação e difusão de informações e intensificar o fluxo de conteúdos necessários à produção de conhecimento. Logo, pode-se dizer que a curadoria de conteúdos objetiva alcançar audiências específicas, o que a aproxima das atividades de marketing, jornalismo, educação, comércio e mídias sociais. Pois, “todas essas áreas procuram destinar conteúdos e mensagens às audiências certas, no tempo certo para consumo ótimo (HERTHER, 2012, p. 29).

Muitos autores utilizam a expressão curadoria de conteúdo como um sinônimo para curadoria das notícias. Na presente tese, é empregado o termo curadoria das notícias por compreender que o foco da presente pesquisa é a investigação do fenômeno que tem o jornalista curador como protagonista. Diante disso, Castilho (2015, p. 38) explica que a curadoria das notícias é definida como “um processo de filtragem, seleção, agregação de valor e disseminação que integra o esforço mundial para desenvolver sistemas de gestão de conteúdos cujo principal objetivo é filtrar dados visando sua conversão em conhecimento explícito”. Neste sentido, Herther (2012, p. 27) caminha ao afirmar que a curadoria de notícias se apresenta como “solução para domesticar a Internet e toda a informação que continua a fluir através dela e ligada às mídias sociais”.

Dessa maneira, se faz possível, a partir do olhar de Castilho (2015), propor a seguinte tabela destacando o passo a passo da curadoria das notícias em que se inicia pela pesquisa ao realizar a coleta do conteúdo a ser utilizado. Em seguida, há o momento de agrupar, organizar ou categorizar o conteúdo e, por último, o compartilhamento do conteúdo trabalhado. Como descreve o quadro 1:

Quadro 1 – Curadoria das notícias em 3 etapas:

Etapa 1 – Pesquisa ou Agregação	Coleta o conteúdo de interesse.
Etapa 2 – Contextualização e Organização	Seleciona/filtra o conteúdo e organiza dando sentido para o seu público-alvo.
Etapa 3 – Compartilhamento	Compartilha conteúdo com o público-alvo.

Fonte própria baseado em Castilho (2015).

É importante salientar que na curadoria das notícias, ao contrário do que ocorre na curadoria digital, não há a excessiva preocupação com a preservação dos dados a longo prazo visto que as informações curadas são trabalhadas no tempo presente, que constitui o mesmo tempo de trabalho do objeto jornalístico.

Por isso, a presente pesquisa identifica a curadoria digital como a “mãe” da curadoria das notícias. Diante disso, Herther (2012, p. 29) afirma que a necessidade consiste em “destinar conteúdos e mensagens às audiências certas, no tempo certo para consumo ótimo”. Ou seja, o trabalho ocorre com as audiências específicas e, também, com os segmentos de mercado, que tornam o público descentralizado da mídia. É válido refletir que esse entendimento mercadológico, seguido pelo jornalismo tradicional que abarca a grande mídia e, conseqüentemente, o grande público, diminui tremendamente a dimensão ética da função social da curadoria da notícia. Diante desta reflexão, é possível apontar que a curadoria das notícias constitui e desenvolve a comunicação mais próxima e plural para a diversidade dos públicos por conseguir trabalhar a proximidade e a horizontalidade dialógica na comunicação.

3.3 A curadoria das notícias na sociedade em rede

Na sociedade em rede, a informação constitui a matéria-prima do conhecimento. Porém, para que ela possa assumir a sua real dimensão é necessário ser referenciada ao conhecimento por ambos estarem inseridos dentro de um mesmo processo de comunicação, como explica Castilho (2015, p. 45): “dado, informação e conhecimento fazem parte de um sistema cuja dinâmica é assegurada pelo processo de comunicação”.

O dado se insere num sistema de comunicação e muda de natureza ao ser transmitido de um emissor a um receptor. Como o processo da comunicação é dinâmico e interativo, um indivíduo é sempre, simultaneamente, um receptor e um emissor de mensagens, mas para efeito de análise dos processos de contextualização e difusão é necessário estudar cada função em separado (CASTILHO, 2015, p. 45).

Molotch e Lesters (2016, p. 61) explicam a necessidade de informação na sociedade em rede e alcançam à seguinte máxima: “toda a gente precisa de notícias (...) as notícias são assim o resultado desta necessidade invariante de relatos do inobservado, desta capacidade de informar os outros, e o trabalho de produção daqueles que estão nos *media*”. Com o advento tecnológico, essa necessidade social ultrapassa as fronteiras e chega no universo digital, como descreve Carvalho (2020):

Na sociedade contemporânea, experimentamos uma nova lógica de produção e consumo da informação na qual os indivíduos, utilizando as mídias sociais, criam, editam, avaliam e distribuem informações a outros. Isso possibilita uma dinâmica relacional nova, na qual a distinção entre produtores e usuários de conteúdos perde nitidez e estimula o crescimento exponencial da quantidade de conteúdo disponível na Web. Assim, a capacidade de filtrar as informações relevantes é essencial para conciliar a crescente necessidade e disponibilidade de informação com uma capacidade de compreensão humana limitada. Nesse contexto, emerge a curadoria de conteúdo como uma estratégia para enfrentar tal desafio (CARVALHO, 2020. p. 175).

Segundo Correa (2012), a comunicação contemporânea precisa da curadoria de notícias por conta da possibilidade de promover “uma dinâmica de mediação/re-mediação contínua entre públicos, fontes, sistemas, ferramentas e sociabilidades”. Carvalho (2020, p. 175-176) define curadoria de notícias como o “processo sistemático de filtrar, atribuir sentido e compartilhar informações de qualidade com o fim de atender as necessidades informacionais de um determinado público-alvo sobre um tema específico”. O autor avança no debate e afirma que “o processo de curadoria de notícias em sua plenitude, entretanto, requer também intencionalidade e continuidade; implica definir objetivos e aplicar estratégias que permitam alcançá-los” (CARVALHO, 2020, p. 180). Para Garcia (2013), o conceito de curadoria representa:

Uma atividade ou processo contínuo, dirigido pelo critério de um especialista humano e auxiliado por ferramentas ou sistemas informáticos, que consiste em buscar, filtrar organizar e compartilhar conteúdos de qualidade de fontes digitais on-line (meios digitais, redes sociais...) sobre um tema específico, com a finalidade de aportar um valor significativo e relevante a uma audiência determinada⁶ (GARCIA, 2013, p. 7).

Ao detalhar o conceito de Garcia (2013) acerca da curadoria de notícias identificam-se quatro aspectos essenciais que a caracterizam, estabelecendo a ordem das atividades realizadas, tais como: o contínuo processo de seleção de conteúdo, agregação de valor para o compartilhamento das informações; a ação humana apoiada através de ferramentas tecnológicas; a gestão das informações

⁶ Citação original: “La curación de contenidos es una actividad o proceso continuo, dirigido por el criterio de un experto humano y asistido por herramientas o sistemas informáticos, consistente en buscar, filtrar, organizar y compartir contenidos de calidad de fuentes digitales online (medios digitales, redes sociales...) sobre un tema específico con el fin de aportar un valor significativo y relevante a una audiencia determinada (GARCIA, 2013, p. 7).

que em sua maioria são oriundas da própria esfera digital; e, por último, têm-se um tema e uma audiência específica.

Como também defende Handley (2012, p. 48), a curadoria de notícias consiste no “ato de continuamente identificar, selecionar e compartilhar o melhor e mais relevante conteúdo sobre um tema específico para atender as necessidades de uma audiência específica”. No mesmo sentido, Holts (2012, p. 16) atribui à curadoria o mérito de se constituir no “processo de identificar o conteúdo útil e de valor em um tema particular, documentar e agregar contexto para então exibir isso de um modo que seja significativo e útil”.

Com isso, é possível identificar, segundo Carvalho (2020, p. 185), os seguintes objetivos na curadoria das notícias: “aliviar a sobrecarga de informação dos usuários-alvo; criar vínculo entre empresas e seu público-alvo; posicionar-se como um líder de conhecimento em um setor, obtendo notoriedade na web e melhorar o posicionamento nos buscadores”. Pereira (2017 *apud* Carvalho, 2020, p. 185) enfatiza as seis etapas que compõem o processo de curadoria de notícias: “busca, seleção, agregação e edição, compartilhamento e avaliação”.

A primeira fase do processo de curadoria de notícias compreende a etapa da busca, que no meio jornalístico é amplamente conhecida como apuração. Guallar (2017 *apud* Carvalho 2020, p. 186-187) aponta que “a curadoria pode se fundamentar em uma única fonte ou em várias fontes de conteúdo; pode ser informação retrospectiva ou atemporal, informação recente (últimos dias ou semanas) e informação atual (das últimas horas) ou informação em tempo real”.

A busca consiste na identificação das fontes de informação das quais se extrairá o conteúdo que será objeto da curadoria, considerando sua pertinência à temática e ao público-alvo previamente definidos. Para garantir a fluidez do processo, é necessário monitorar de modo consistente as melhores e mais influentes fontes de informação relacionadas ao tema, incluindo as pessoas e organizações que produzam informação de qualidade e que sejam as mais representativas do setor. Devem-se incluir vários tipos de fontes na busca: blogs especializados, websites de analistas do setor, publicações especializadas, meios de comunicação social e outras fontes de interesse (LANGUENS GARCIA, 2013, *apud* CARVALHO, 2020, p. 186).

A segunda etapa consiste na fase da seleção em que há a filtragem de conteúdo com o propósito de relevância para a audiência específica. “Na filtragem de conteúdo, é recomendável selecionar conteúdos variados, que

ofereçam uma visão integral do tema da curadoria, incluindo opiniões diversas que incitem o debate”. Como defende Languens Garcia (2013), na fase da seleção as atividades mais importantes consistem em revisar e filtrar as fontes relevantes a partir dos critérios que permitam analisar a tríade do conteúdo da curadoria, que correspondem à qualidade, à originalidade e à relevância dos conteúdos.

Na terceira etapa do processo de curadoria de notícias encontra-se a fase de agregação de valor e edição, que segundo Carvalho (2020, p. 187) “consiste no cerne da curadoria das notícias e é uma ação eminentemente humana que objetiva adaptar o conteúdo de modo a ampliar sua apropriação pelo público-alvo”. Para enriquecimento desta adaptação, Carvalho incentiva que “tanto acrescentar comentários aos conteúdos curados quanto criar conteúdo original (...) e, também, realizar adaptações necessárias no que se refere a idioma, ao formato e creditar as fontes”.

Para Bhargava (2009), há cinco formas de agregação de valor associadas ao processo de curadoria de notícias: a) agregação, que consiste no ato de curar informações mais relevantes em um único lugar; b) destilação, que é o ato de curar informações em um formato mais simples, no qual apenas as ideias mais importantes são compartilhadas; c) elevação, refere-se à curadoria que busca identificar uma tendência ou *insight* de reflexões publicadas on-line; d) *mashups*, justaposições únicas, em que conteúdos são mesclados com o objetivo de criar um novo ponto de vista; e) cronologia, que é a forma de curadoria que busca reunir informações históricas, organizadas de forma cronológica, com o intuito de apresentar a evolução de um tema ou fenômeno, a escolha do tipo ou dos tipos de agregação de valor deve ter consonância com o objetivo estabelecido para a curadoria de conteúdo (BHARGAVA, 2009, *apud* CARVALHO, 2020, p. 187-188).

Na quarta etapa no processo de curadoria de notícias encontra-se o momento de compartilhamento e consiste em propagar o conteúdo curado nas mídias para o público-alvo. Segundo Carvalho (2020, p. 188), esta etapa “inclui refletir e decidir sobre a perspectiva e a linguagem a adotar; a frequência de compartilhamento de conteúdo novo; e os meios que serão utilizados para compartilhar os conteúdos curados”, a partir dos objetivos internos e dos interesses do público-alvo.

Na quinta etapa no processo de curadoria das notícias está a fase de interação que, segundo Carvalho (2020, p. 188), tem por principal objetivo “estabelecer diálogo com o público mediante o conteúdo, estimulando a participação de todos”. Dessa maneira, Carvalho (2020, p. 188) descreve que

nesta fase é necessário ao curador das notícias “participar da conversa gerada pelos conteúdos. Nesta etapa, as habilidades comunicativas do curador são fundamentais para estimular e mediar o diálogo”.

Na sexta etapa no processo de curadoria das notícias observa-se a fase da avaliação. Como afirma Carvalho (2020, p. 188), “verifica-se se os objetivos definidos para a curadoria foram alcançados, identificam-se possibilidades de melhoria no processo e se monitora o envolvimento do público com os conteúdos curados”.

A avaliação, portanto, implica tanto numa análise mais geral vinculada à fase de concepção e planejamento da curadoria, tendo como centro os objetivos do processo, quanto uma análise mais rotineira centrada no acompanhamento contínuo da interação do público com o conteúdo. Em ambos os casos, devem ser empregados indicadores e parâmetros para medir e avaliar a evolução das variáveis quantitativas e qualitativas que incidem sobre a consecução do objetivo proposto e sobre o impacto do processo no relacionamento com o público-alvo (CARVALHO, 2020, p. 188).

Para apresentar o processo de curadoria de notícias, na perspectiva de vários autores, pode-se observar o estudo comparativo das etapas/fases no processo de curadoria das notícias, a partir do olhar de teóricos consagrados na área como Kanter (2011), Guallar, Leiva-Aguilera (2014), Weisgerber (2011), Rezende (2014), Bezerra (2017) e Pereira (2017), como são demonstrados na Figura 2.

Figura 2 – Comparação entre as etapas da curadoria das notícias

ETAPAS	AUTORES					
	Kanter (2011)	Guallar, Leiva-Aguilera (2014)	Weisgerber (2011)	Rezende (2014)	Bezerra (2017)	Pereira (2017)
	Procurar	Procurar	Encontrar	Coletar	Reunir	Busca
		Selecionar	Selecionar	Selecionar	Filtrar	Seleção
	Atribuir sentido	Atribuir sentido	Editorar	Editar	Agregar	Agregação
			Organizar	Formatar	Editar	Edição
			Criar			
	Compartilhar	Compartilhar	Compartilhar	Disponibilizar	Compartilhar	Disponibilização e engajamento
	-	-	Engajar	Engajar	Interagir	
	-	Avaliar	Monitorar	Monitorar	Monitorar	Avaliação

Fonte: Pereira 2017, p. 44 *apud* Carvalho, 2020, p. 186.

As etapas de produção do processo curatorial de notícias, a partir da análise comparativa da Figura 2, podem ser sintetizadas em três etapas, sendo a primeira etapa procurar/avaliar o conteúdo a ser destinado ao seu público-alvo; depois a atividade será organizar a informação de modo a fazer sentido lógico para o receptor; e, por último, compartilhar na sociedade em rede a informação trabalhada por meio da curadoria de notícias.

4 Procedimentos Metodológicos

Para começar a tecer a metodologia da presente pesquisa é válido enquadrar o presente estudo como uma pesquisa social, que se utiliza de dados sociais na sua construção. Para a melhor compreensão é pertinente salientar, como fazem Bauer e Gaskell (2002, p. 21), que, “na pesquisa social, estamos interessados na maneira como as pessoas espontaneamente se expressam e falam sobre o que é importante para elas e como elas pensam sobre suas ações e a dos outros no tocante ao objeto pesquisado”.

Berger e Luckmann (1995, p. 44) afirmam que, na pesquisa social, o mundo, como é conhecido e experienciado, isto é, “o mundo representado e não o mundo em si mesmo, é constituído através de processos de comunicação”, o que exige o reconhecimento de que “a pesquisa social, portanto, apoia-se em dados sociais – dados sobre o mundo social – que são o resultado e são construídos nos processos de comunicação”.

A presente tese irá desbravar o universo da pesquisa social como Bauer e Gaskell (2002, p. 22) apresentam realizando uma investigação qualitativa, tendo como foco a interpretação atual da realidade social do jornalismo brasileiro a partir da ótica da curadoria das notícias, com entrevistas profundas e episódicas para trazer luz sobre a temática, sob a perspectiva da teoria crítica aplicada sobre às ciências hermenêuticas.

E ao fazer isto, é impossível não levar em consideração a totalidade de interpretação que já está presente: o pesquisador entra no que poderia chamar de ‘círculo hermenêutico’. O ponto a que tudo isso conduz, para Habermas, é ao estabelecimento de consenso entre os atores. Este consenso é necessariamente fluido e dinâmico, pois ele é conseguido através de uma interpretação que evoluiu, e continua a evoluir, historicamente. Essa orientação consensual para se aprender a realidade social constitui o ‘interesse prático’ das ciências hermenêuticas – cuja finalidade (não dita) é estabelecer as normas comuns que tornam a atividade social possível (BAUER; GASKELL, 2002, p. 32).

Bauman (1976, p. 106) também contribui no presente diálogo ao apresentar uma “sugestão prática para a operacionalização de um enfoque de pesquisa crítica – “autenticação”.

O potencial emancipatório do conhecimento é posto à prova – e na verdade pode ser concretizado – somente a partir do diálogo, quando os objetos das afirmações teóricas se transformam em participantes ativos no processo incipiente de autenticação (BAUMAN, 1976, p. 106).

Para isso, é possível identificar que o desenvolvimento da presente pesquisa ocorreu em dois momentos: sendo o primeiro analisar o contexto teórico, considerando os aspectos alternativos, os novos desafios, as problemáticas recentes e resultados alcançados a partir das práticas jornalísticas contemporâneas através de revisão bibliográfica. Enquanto no segundo momento, a investigação voltar-se-á para a pesquisa empírica, dedicando-se à realização de entrevistas com os jornalistas do jornal Folha de São Paulo e Jornal O Globo, sendo identificados como veículo A e veículo B, respectivamente. Com isso, é possível conceituar o método científico ao afirmar:

O método científico constituiu-se, assim, numa combinação dos tipos de raciocínio ou ação mental, ou seja, ele é o método através do qual se pode fazer uma inferência hipotética, possível, abdução, e passar via mecanismos dedutivos, a uma inferência provável, passível de ser testada de acordo com os processos de experimentação e verificação da ciência, através dos quais a verdade do Real se impõe ao conhecimento do investigador (JUNGK, 2015, p. 55)

O conceito atual de objetividade foi sendo fortalecido ao longo da tradição jornalística nos últimos dois séculos como sendo o real para o jornalista ao ponto de pretender negar a existência da imprescindível interpretação do profissional diante do fato noticiado.

Segundo Michael Schudson (2010, p. 16), a crença na objetividade é apenas a ideia de que se pode e se deve separar fatos de valores, considerando “fatos” como “declarações sobre o mundo abertas a uma validação independente” que se distinguem das influências distorcidas de quaisquer preferências pessoais, enquanto os valores são tidos como “as predisposições conscientes ou inconscientes de um indivíduo sobre o conceito de mundo”; portanto, “a crença na objetividade é uma confiança nos “fatos”, uma desconfiança dos “valores”, e um compromisso com a segregação de ambos” (ROCHA; ALVES, 2019, p. 103).

É válido enfatizar que a ideologia epistêmica positivista da objetividade teve início nos Estados Unidos, durante as primeiras décadas do século XIX, tendo viés totalmente mercadológico como Barsotti (2023, p. 84) explica: “os periódicos queriam ampliar seu público, tornando-se atraentes para a nova classe média alfabetizada que se formava”. Com isso, adotaram a estratégia de “valorizar mais os fatos do que as opiniões, dando origem ao chamado jornalismo de informação — até hoje o paradigma em que se baseia o *ethos* profissional”. E, para isso, começaram a utilizar e a explorar mais “a suposta separação de fatos e opiniões, aparentemente resolvida por meio de manuais de redação,

recursos gráficos e títulos, foi, portanto, uma estratégia mercadológica”. Assim como o *lead* e a estrutura da pirâmide invertida também foram elementos criados para fortalecer a ideologia da objetividade. Dessa maneira, os jornais – já como organizações empresariais do grande capital monopolizando a indústria das notícias - conseguiram, como observou Mindich (1998), se afastar da visão do início do jornalismo, consolidando o seu “apartidarismo” para aumentar as suas receitas publicitárias e não perderem anunciantes, pois, com a objetividade, os jornais pretenderam provar que eram imparciais.

Na forma de apresentar as informações, foram inúmeras as mudanças trazidas pelo jornalismo de informação, entre elas o *lead*, a pirâmide invertida, a entrevista e a primeira página preenchida com notícias. Surge o mito da objetividade e da imparcialidade: o jornalista deveria observar a realidade social e produzir relatos com base no método da objetividade, de inspiração positivista (BARSOTTI, 2023, p. 84).

Desde o seu início, a objetividade jornalística foi criticada por tentar fazer acreditar que “fatos não eram declarações humanas a respeito do mundo, mas aspectos do próprio mundo” (Schudson, 2010, p. 16). Após, a Primeira Guerra Mundial ficou evidente para os profissionais que era necessário algo mais do que apenas reportar os fatos, pois, como afirma Schudson (2010, p. 17), “o mundo que reportavam era algo que os partidos interessados tinham construído para que a imprensa relatasse”. E, novamente nos anos 1960, começou a surgir uma cultura de oposição ao governo vigente devido à manipulação dos fatos sobre a Guerra Fria e a Guerra do Vietnã que novamente colocou em discussão à objetividade jornalística. Barsotti (2023, p. 84) explica que, “apesar de todo o contexto de desconfiança em relação à crença incondicional nos fatos, a objetividade jornalística persistiu na cultura profissional, mas agora como um método. Para Schudson, neste cenário de desconfiança na racionalidade, a objetividade passa a ser uma estratégia na atividade profissional”.

O ideal da objetividade, entendido como declarações consensualmente validadas sobre o mundo, com base numa separação radical entre fatos e valores, passa a se estabelecer. Contudo, ele surge não tanto como uma extensão do empirismo ingênuo e da crença nos fatos, mas como uma reação contra o ceticismo [...]. Não representava, enfim, a expressão final de uma crença nos fatos, mas a imposição de um método projetado para um mundo no qual nem mesmo a interpretação dos fatos poderiam ser confiáveis (SCHUDSON, 2010, p. 144).

É importante ressaltar que a discussão da objetividade contribuiu para ampliar o debate sobre a ideologia epistêmica positivista da objetividade na ciência e, também, no método científico. Sobre isso, Schudson (2010, p. 18) declara: “interpretada como sendo o correto, o verdadeiro ou o melhor caminho para o conhecimento. Este é o ponto em que a ciência, geralmente compreendida como o oposto de ideologia, ameaça se tornar ela própria uma ideologia epistêmica da objetividade”.

Deveria ser evidente que a crença na objetividade, no jornalismo como em outras profissões, não é somente uma afirmação sobre que tipo de conhecimento é fidedigno. É também uma filosofia moral, uma declaração sobre com que tipo de pensamento cada um deveria comprometer-se ao tomar decisões morais. É, além disso, um compromisso político, pois fornece uma direção sobre que grupos cada um deveria reconhecer como público apropriado para julgar seus próprios pensamentos e atos. O público apropriado é definido por mecanismos institucionais. Dois mecanismos de controle social são, com frequência, repetidos para garantir a objetividade em campos diferentes. Primeiro, existe a educação e treinamento (SCHUDSON, 2010, p. 18-19).

Por isso, é vital para a presente tese realizar a reflexão sobre a epistemologia positivista da objetividade, que segundo Josenildo Guerra (2008) descreve como o trabalho desenvolvido pelos jornalistas tendo como alicerce o reconhecimento dos profissionais e da sociedade sobre o fato real, como objeto da notícia.

No campo epistemológico, esta concepção dominante do real e do verdadeiro se expressa através de diversas escolas de pensamento cujo ponto de contato são categorias desenvolvidas no âmbito da tradição positivista. Da filosofia revolucionária de Saint-Simon que influenciou a obra de Karl Marx, à doutrina conservadora de Auguste Comte que punha freio aos sonhos do proletariado, da visão contestada do funcionalismo nas ciências sociais, à sofisticação teórica do Círculo de Viena, o triunfo do “terceiro estágio intelectual da humanidade” pode ser constatado em todos os campos do saber nos últimos duzentos anos, e na medida mesmo em que o capitalismo se transforma em fenômeno social total, torna-se o principal pilar da ideologia dominante, como filosofia prática que orienta o princípio de realidade dos indivíduos (MEDITSCH, 2001, p.4).

Dessa maneira, Guerra (2008, p. 39) afirma que “verdade é objetividade, a correspondência entre o que é dito na notícia e o fato noticiado, (...) o jornalista deve produzir seu relato a partir das características do fato, constatadas com base nos parâmetros estabelecidos pela realidade que lhe é própria”.

A objetividade que interessa neste trabalho é aquela que se refere à propriedade que possibilita o conhecimento e o discurso produzidos

pelo jornalista serem fiéis ao fato. (...) Significa a correspondência entre o dito pela notícia e o fato real noticiado. É o conceito de verdade, no realismo, fundado sobre o primado do fato, estável, absoluto e disponível, que deve ser conhecido especularmente. (...) objetividade é a qualidade do que é objetivo, objetivo qualifica algo que é relativo ao objeto, objeto é tudo o que é apreendido pelo conhecimento, que não é o sujeito do conhecimento. (...) Em consequência, a notícia objetiva é aquela que é relativa ao fato, ou seja, à realidade que é própria do fato, sem a influência do repórter, o sujeito do conhecimento no jornalismo (GUERRA, 2008, p. 42).

É válido, na presente pesquisa, refletir acerca do conceito da objetividade, a partir da perspectiva positivista, tendo como base a teoria da correspondência que observa os nuances entre a representação e a própria realidade, sendo um posicionamento contestado por Eduardo Meditsch (2001) ao considerar um fator de reificação dos fatos pela realidade.

A mais imediata consequência do princípio de realidade orientado pela submissão aos fatos é a aceitação da fatalidade destes. O que é objetivo, por definição, situa-se fora do âmbito dos sujeitos; os dados da realidade estando lançados, só resta adequar-se a eles. Na percepção dos fatos assim considerados como objetivos, verdade e realidade não apenas se relacionam por adequação, mas também por identidade: passam a ser uma coisa só. Daí em diante, os fatos ganham vida própria, tornam-se reificados (MEDITSCH, 2001, p. 4).

O Teorema de William Isaac Tomas descreve com maestria esta questão ao afirmar que, o que se acredita real, mesmo que não seja real, produz consequências reais, ou seja, “se as pessoas definem as situações como reais, elas são reais em suas consequências” (Goffman, 2011, p. 23). E, também, o oposto, segundo Edward Ross (2008, p. 90), ocorre quando há a supressão das notícias importantes, fazendo com que tudo aquilo que não se acredita real, mesmo que seja real, deixe de produzir consequências reais, quando não é noticiado. Pois, as pessoas deixam de ter conhecimento sobre o fato ocorrido pela supressão das notícias imposta pela versão da estrutura de poder dos controladores do aparelho de estado e pelas corporações do mercado como definidores primários, como descreve Hall na Teoria Estruturalista.

Neste sentido, Meditsch (2001, p. 5) critica a concepção de que o fato social a ser narrado é a própria realidade, levando o profissional a acreditar que deveria se restringir a descrever os acontecimentos “de maneira objetiva, anulando toda a intervenção do sujeito no resultado de sua descrição. Esta pretensão, que sustenta o ideal de objetividade no jornalismo, revela-se falaciosa quando se constata que a não-intervenção não passa de uma ilusão”.

Esta concepção não apenas guia a prática cotidiana do homem comum, como inspira o ideal de objetividade presente tanto na prática dos jornalistas como na dos cientistas - que não são exatamente a mesma. A versatilidade que permite esta abrangência de aplicações práticas possibilitou também diversos níveis de construção teórica que ajudam a sustentar a concepção: do intuitivo bom senso na vivência cotidiana, passando pelos manuais técnicos de jornalismo, até chegar a elaborados tratados de metodologia da ciência (MEDITSCH, 2001, p. 3-4).

Para Schudson (2010, p. 170) também é importante defender a subjetividade na imprensa como instrumento para a democratização da informação e, assim, observa que “a imprensa reagiu à subjetivação aparente dos fatos de várias maneiras. Uma resposta foi o aberto reconhecimento da subjetividade como um elemento da reportagem. A notícia assinada começou a aparecer com mais frequência”. E, assim, salientou a importância da profissionalização do jornalista:

[...] os mais bem-sucedidos jornalistas - de ambos os sexos do futuro serão aqueles com ampla formação acadêmica, com o conhecimento de um especialista em uma ou mais áreas, a capacidade de evitar emocionalismos e permanecer objetivo(a), um estilo descritivo, o poder de observação, e, acima de tudo, uma habilidade para compreender o significado das notícias imediatas em relação a tendências sociais, econômicas e políticas mais amplas” (SCHUDSON, 2010 p. 173).

Também é relevante refletir sobre o pensamento de Molotch e Lesters (1993, p. 61) quando afirmam a necessidade de a sociedade manter-se informada: “as notícias são assim o resultado desta necessidade invariante de relatos do inobservado, desta capacidade de informar os outros, e o trabalho de produção daqueles que estão nos *media*”. Neste sentido, consideram que

As pessoas, todavia, fazem relatos de atividades que os tornam observáveis como acontecimentos reais e padronizados. De uma maneira análoga à criação de um mundo espacial com sentido, esses acontecimentos são usados como pontos de referência temporais para o ordenamento do passado e do futuro. Os passados e os futuros são construídos e reconstruídos, como um processo contínuo das rotinas diárias. Em tais construções, um infinito número de atividades não são presenciadas, e algumas passam a ser observáveis. Estas últimas transformam-se em recursos - disponíveis e realmente necessários - para dividir, demarcar e moldar a vida, a história e o futuro (MOLOTCH; LESTERS, 1993, p. 62).

Dentro desse contexto, a lógica de consumir conteúdos midiáticos, com o advento da sociedade de rede (Castells, 2010), transformou-se progressivamente, pois os “usuários passam de meros consumidores de informação a produtores, participantes e colaboradores da rede, ou seja, os

indivíduos que, com o uso da tecnologia, passam de produtores ou utilizadores a *prosumers*⁷.

A tríade que caracteriza a Web atual, segundo Amaral (2012, p. 178), consiste em “tecnologia, pessoas e informações”. Como descreve Carvalho (2020, p. 178), “as tecnologias condicionam e potencializam as relações entre as pessoas a partir da produção, do compartilhamento e da reprodução de conteúdo”.

A imensa e crescente quantidade de conteúdo disponível atualmente é marcada pela heterogeneidade, contraditoriedade, fragmentação e dispersão. O fato de se tratar predominantemente de conteúdo digital, de fácil edição e compartilhamento, propicia a ampliação e o aprofundamento dessa produção crescente e caracteriza a complexidade da sobrecarga e do caos informacional em que vivemos (CARVALHO, 2020, p. 178).

Neste âmbito, o conceito de economia da atenção é válido ao analisar que em diversos momentos a quantidade de informações disponíveis no ambiente digital excede a capacidade humana de processá-la, como descrevem Correa e Bertocchi (2012, p. 125): “quando o *information overload* torna-se insuportável, o usuário recorre aos especialistas, delegando a eles a tarefa de organizar e dar sentido aos dados”. Marchiori (2014), por sua vez, descreve assim, o fenômeno da economia da atenção:

Em um mundo repleto de informações, a riqueza de informação acarreta a carência de outra coisa, ou seja, resulta na escassez do que a informação consome. O que a informação consome é bastante óbvio: consome a atenção de seus destinatários. Assim, uma riqueza da informação cria uma pobreza de atenção necessária ao redirecionamento eficiente da atenção entre as abundantes fontes de informação que podem consumi-la (MARCHIORI, 2014, p. 36).

A partir da teoria da argumentação identifica-se a possibilidade de fazer a intersubjetividade substituir a objetividade por meio do critério de aferição de verdade, “uma vez que a intersubjetividade é o parâmetro lógico que estabelece e ao mesmo tempo limita a relatividade de todo o conhecimento” (Rocha; Alves, 2019, p. 19).

Ao tomar o discurso, enquanto uso da linguagem, como forma de interação social, Meditsch observa que a consideração da intersubjetividade propõe uma alteração nos critérios de aferição de

⁷ CARVALHO (2020, p. 177-178) explica que “*prosumers* são produtores de conteúdo, compartilhando nas redes sociais positivamente as marcas que são utilizadas por eles como consumidores”.

verdade no conhecimento: desloca este critério tanto da objetividade ideal quanto da subjetividade, recolocando-o na prática de um mundo interpessoal de interações públicas (ROCHA; ALVES, 2019, p. 19).

Para aprofundar a presente reflexão, a presente tese irá observar o pensamento de Bakhtin (1981, p. 21) que declarou: “toda linguagem é dialógica”. A partir deste pressuposto, é possível refletir sobre “dois planos que interessam ao jornalismo: por um lado, a relação entre discursos; por outro, a relação entre sujeitos” (Brait, 1997, p. 35). E assim descreve Benetti (2010, p. 108) tendo na relação entre discursos, o cuidado com a interdiscursividade, observando os estudos sobre os sentidos enquanto a relação entre os sujeitos que obtém na intersubjetividade o seu espaço de investigação, pois “o discurso não existe por si mesmo, ele só existe em um espaço entre sujeitos”.

O fato de o discurso ser construído de forma intersubjetiva exige compreendê-lo como histórico e subordinado aos enquadramentos sociais e culturais (...) Sabemos que a relação entre linguagem e exterioridade é constitutiva do discurso. O dizer do homem é afetado pelo sistema de significação em que o indivíduo se inscreve. Dizer e interpretar são movimentos de construção de sentidos, e, assim como o dizer, também o interpretar está afetado por sistemas de significação (BENETTI, 2010, p. 109).

É válido refletir também a partir da advertência de Benetti (2010) de que, muitas vezes, são apresentadas várias vozes, simulando pluralismo, quando na verdade todas se enquadram numa mesma versão, o que se constitui num desafio para a curadoria das notícias. Bakhtin (2006, p. 16-17) também acusa a ausência de profundidade no paradigma positivista em apresentar a realidade dos fatos, ao afirmar que “persiste ainda a concepção positivista do empirismo, que se inclina diante do “fato”, entendido não dialeticamente, mas como algo intangível e imutável”.

Os fatos não são uma realidade exclusivamente objetiva, eles próprios são construções humanas e, como tal, têm um componente subjetivo inseparável. Os fatos referem-se à realidade e, uma vez objetivados, pertencem à realidade, mas não são a realidade mesma. Antes, são um fenômeno circunscrito à prática do conhecimento (MEDITSCH, 2001, p. 8).

Essa dicotomia presente no significado do conceito de objetividade alcança também as pesquisas científicas no âmbito da comunicação, como registra Liriam Sponholz (2009):

Às vezes objetividade é entendida como um princípio geral que reúne as regras de abrangência, *fairness*, equilíbrio, independência, (...) separação de notícias e comentários, precisão, imparcialidade, veracidade, neutralidade e foco em fatos. Outras vezes, como nos casos das definições operacionais de credibilidade em estudos empíricos (...), é colocada lado a lado com *accuracy*, abrangência, “não ser tendencioso”. O que significa propriamente objetividade, o que deve ser alcançado com todas estas regras e qual a relação entre estas e a adequação à realidade são questões que permanecem sem resposta (SPONHOLZ, 2009, p. 17-18).

A refutação de forma categórica da epistemologia positivista da objetividade como instrumento para verificar a distinção entre a opinião e o fato, cuja essência seria inerente à sua própria natureza, portanto, inquestionável, porque independente de qualquer interpretação, pode ser encontrada em Karl Popper, ao descarta como impossíveis a avaloratividade científica e a neutralidade axiológica.

(...) é, praticamente, impossível conseguir a eliminação dos valores extra-científicos da atividade científica. A situação é semelhante com respeito à objetividade; não podemos roubar o partidismo de um cientista sem também roubá-lo de sua humanidade, e não podemos suprimir ou destruir seus juízos de valores sem destruí-lo como ser humano e *como cientista*. Nossos motivos e até nossos ideais puramente científicos, inclusive o ideal de uma desinteressada busca da verdade, estão profundamente enraizados em valorações extra-científicas e, em parte, religiosas. Portanto, o cientista "objetivo" ou "isento de valores" é, dificilmente, o cientista ideal. Sem paixão não se consegue nada - certamente não em ciência pura. A frase "a paixão pela verdade" não é uma mera metáfora (POPPER, 2004, p. 25).

Da mesma maneira que Popper identifica na realidade do cientista social, a curadoria da notícia não pode deixar de considerar que a ideologia epistêmica positivista da objetividade também pretende “roubar” a parcialidade e humanidade do jornalista.

Assim, percebe-se que, no paradigma construtivista, fundamentado na teoria consensual da verdade, a curadoria da notícia deve conceber o papel adequado para os profissionais de comunicação a partir do compromisso de superar os mecanismos de dominação dos conglomerados midiáticos com o propósito indeclinável de garantir a qualidade do conteúdo produzido pelos jornalistas.

Com muito mais relevância social, pode-se entender também a relação do jornalista com o seu direito de emitir juízo de valor sobre os acontecimentos que apura e investiga, de maneira a permitir a formação de consenso intersubjetivo sobre a realidade pela

comunidade de comunicação, ou seja, pelo seu público, instância máxima de validação dos significados e conhecimentos (ROCHA, 2021, p. 23).

Antônio Gramsci (1979) defende o conceito de jornalismo integral ao afirmar que “os indivíduos que compõem o público são considerados capazes de se transformar filosófica e ideologicamente” (Rocha, 2021, p. 24). A partir deste conceito, a curadoria das notícias se dedica a contribuir com essa transformação social permitindo ampliar o olhar dos cidadãos através da diversidade informacional. Com isso, é vital dialogar sobre o conceito de fato, que, na abordagem construtivista, “fato deixa de ser um dado puro da realidade, servindo para marcar, rigidamente, a fronteira com o juízo de valor, a opinião, para se tornar apenas uma fundamentação sobre a realidade aceita consensualmente” (Habermas, 2001, p. 117).

Aquilo que justificadamente podemos afirmar o chamamos de um fato. Um fato é aquilo que faz verdadeiro a um enunciado; daí que digamos que os enunciados refletem, descrevem, expressam, etc., fatos. Ao contrário, as coisas e eventos, as pessoas e suas manifestações, quer dizer, os objetos da experiência são aquilo acerca do que fazemos afirmações ou do que enunciamos algo: aquilo que afirmamos dos objetos é um fato quando tal afirmação está justificada. Os fatos têm, pois, um status distinto dos objetos. (...) Com os objetos faço experiências, com os fatos os afirmo; não posso experimentar fatos nem afirmar objetos (ou experiências com os objetos) (HABERMAS, 2001, p. 117, tradução nossa).

Dessa maneira, o fato resulta, no construtivismo, de uma objetivação humana, sendo produzida historicamente. Assim, Rocha (2021, p. 25) sintetiza a visão de que “a notícia jamais apreende o fato em si mesmo, mas a aparência de como foi objetivado por determinadas forças sociais”. Também, é importante destacar os autores Antônio de Barros e Rogério Junqueira (2005, p. 33) que reforçam que os fatos não existem em um estado bruto, como se existissem por si mesmos, mas se evidenciam “a partir de nossa observação. E toda observação é orientada por um conjunto de representações e de esquemas, por intermédio dos quais os seres humanos percebem, interpretam, classificam, dividem, compreendem os fenômenos que têm diante de si”.

Dessa maneira, alcança o conceito de imperativo ético fundante do jornalismo fundamentado na “controvérsia sobre a validação das definições que se atribuem à realidade”, sendo essa uma questão vital para a sobrevivência do

jornalismo, “pois é a partir dela que se expressa a confiança do público e a credibilidade do jornalismo” (Rocha, 2021, p. 25). Vinculado completamente à eventualidade da autoridade do público, pode-se perceber a dimensão maior da curadoria da notícia de contemplar o incessante empenho da sociedade para afirmar e fazer prevalecer a compreensão normativa do funcionamento dos veículos de comunicação noticiosos com o compromisso inalienável de satisfazer o interesse público e o bem-comum.

A ideologia do profissionalismo é um método eficiente e econômico através do qual as organizações jornalísticas controlam o comportamento dos repórteres e editores. Mas as organizações jornalísticas (ou nesse caso qualquer empresa comercial) não podem confiar em normas profissionais para controlar o comportamento dos seus profissionais; a fim de limitar mais o comportamento discricionário dos jornalistas, as organizações jornalísticas têm desenvolvido regras – políticas editoriais. As organizações jornalísticas confiam na interação do profissionalismo e das políticas editoriais para controlar o comportamento dos jornalistas (SOLOSKI, 2016, p. 133-134).

Nesta engenharia ideológica, apresentada por Soloski (2016), a grande função é a hegemonização do discurso ideológico dominante como se fosse universal. Porém, só satisfaz os interesses de uma pequena parcela da sociedade, a elite. Assim, fica evidente que na ideologia presente no profissional de jornalismo “a epistemologia positivista da objetividade com o mito da separação entre fato e juízo de valor/opinião” (Rocha, 2021, p. 27) reforça os posicionamentos político-ideológicos dominantes.

A concepção epistemológica do fato puro, absoluto, e seu conhecimento como pré-existente ao esforço cognitivo do jornalista para interpretar a realidade, não autoriza qualquer possibilidade de compreensão diversa daquela apresentada como unívoca e de inquestionável facticidade. Assim, é razoável inferir que os componentes de imparcialidade, neutralidade e “*fairness*” foram agregados à ideologia do profissionalismo jornalístico por pressão dos jornalistas e do público buscando garantir alguma diversidade nos enquadramentos das notícias além da versão dominante (ROCHA, 2021, p. 27).

Com isso, a curadoria das notícias provoca uma expressiva modificação no modo de propagar as notícias por permitir uma prática profissional condizente com os vieses normativos ideológicos de agentes de transformação social como defende Antônio Gramsci (1979). Para isso, é imprescindível

“revisar os fundamentos epistemológicos dos paradigmas científicos, da concepção das metodologias adequadas para investigação das questões relativas à comunicação e ao jornalismo até a aplicação dos

pressupostos epistemológicos e metodológicos na avaliação da realidade empírica” (ROCHA, 2021, p. 28).

Também é importante refletir sobre a crítica de Gramsci (1979, p. 69) à ideologia da postura científica tradicional quando alardeia ser “objetiva aquela realidade que é verificada por todos os homens, que é independente de todo ponto de vista que seja puramente particular ou de grupo”.

O senso comum afirma a objetividade do real na medida em que a realidade, o mundo, foi criado por deus independentemente do homem; ela é, portanto, expressão da concepção mitológica do mundo; senso comum, ademais, ao descrever esta objetividade, incide nos erros mais grosseiros (...), não sabendo estabelecer os nexos reais de causa e efeito, etc., isto é, ele afirma ser “objetiva” uma certa “subjetividade” anacrônica, já que nem sequer pode conceber a possibilidade de existência de uma concepção subjetiva do mundo, bem como o que ela queira ou possa significar”. Mas tudo isso que a ciência afirma é “objetivamente” verdadeiro? De modo definitivo? Se as verdades científicas fossem definitivas, a ciência teria deixado de existir como tal, como investigação, como novas experiências, reduzindo-se a atividade científica à repetição do que já foi descoberto. O que não é verdade, para felicidade da ciência. Mas se nem mesmo as verdades científicas são definitivas e peremptórias, também a ciência é uma categoria histórica, um movimento em contínua evolução (GRAMSCI, 1978, p. 69-70).

Dentro da visão de Gramsci (1979, p. 70), existe um paradoxo quando a ciência busca as respostas da realidade além do homem, observando em muitos momentos o sentido religioso ou metafísico para os problemas reais e sociais, pois “toda a ciência é ligada às necessidades, à vida, à atividade do homem. Sem a atividade do homem, criadora de todos os valores, inclusive os científicos, que seria a objetividade? Um caos, isto é, nada, o vazio”.

O que interessa à ciência é como o homem elabora seus métodos de pesquisa, retificando continuamente os seus instrumentos materiais e lógicos de discriminação e de verificação, a cultura, a concepção do mundo, a relação entre o homem e a realidade mediada pela tecnologia (ROCHA, 2021, p. 33).

De acordo com as ideias defendidas por Gramsci (1978, p. 70), “para a filosofia da práxis, o ser não pode ser separado do pensar, o homem da natureza, a atividade da matéria, o sujeito do objeto; se se faz esta separação, cai-se em uma das muitas formas de religião ou na abstração sem sentido”.

Desse modo, o viés positivista que defende a objetividade no jornalismo como fato “real” e “absoluto”, anula o sujeito jornalista assim como a sua capacidade de agir consequentemente para promover a transformação social. No ambiente digital, por conta de suas especificidades, a curadoria das notícias

encontra mais caminhos para atuar em favor da diversidade e multiplicidade de fontes informacionais devido a ausência de limitação de tempo ou espaço para a notícia. Além da possibilidade em trabalhar com segmentos de público e, assim, aprofundar a temática da notícia com multiperspectivas, como defende Gans (2003). E, também, em apresentar a visão do profissional de comunicação na produção noticiosa divulgada, contemplando de maneira prática e efetiva a intersubjetividade jornalística na curadoria das notícias.

O jornalismo constitui-se em um espaço público central para a discussão dos diferentes aspectos da complexa vida em sociedade. É ele também que relaciona, contextualiza e organiza, assim dando sentido e coerência, aos acontecimentos do dia a dia. A imprensa é um caminho importante para que os assuntos extrapolem os pequenos grupos sociais e ganhem uma dimensão comunitária, fora dos limites dos grupos de relacionamento pessoal (SOUZA, 2021, p. 45).

Gans (1979, p. 81) define “poder, como a capacidade de indicar a interpretação, que irá prevalecer sobre a da realidade” e, neste contexto, o movimento realizado por fontes, jornalistas e público como se fosse um “cabo de guerra” simbólico sobre as referências interpretativas da realidade social. Pois, cada um desses agentes pode influenciar a discussão pública.

Os cabos de guerra, no entanto, são resolvidos pelo poder; e é, entre outras coisas, o exercício do poder sobre a interpretação da realidade. O poder é exercido por todos os participantes na transmissão de informações; está também em evidência dentro da organização noticiosa, que é hierarquicamente organizada. Mesmo os leitores e telespectadores têm algum poder, expresso pelo protesto e recusa em aceitar o que lêem e veem, razão pela qual os jornalistas costumam se preocupar com sua credibilidade (GANS, 1979, p. 82).

A pluralidade e diversidade da sociedade poderia ser observada na mídia tradicional através da opinião dos profissionais que produziram a notícia. De acordo com Gans (2003, p. 101), a possibilidade em complementar histórias através da opinião dos jornalistas proporciona diversidade e contribui em pressionar “as organizações de notícias para corrigir os atuais desequilíbrios de raça, classe e outras características na lista de jornalistas.”

As diferenças de opinião são frequentemente o resultado de ver o mesmo fenômeno de várias perspectivas. A mesma observação se aplica às notícias, exigindo o que anteriormente chamei de notícias e mídia de notícias “multiperspectivas”. Idealmente, notícias multiperspectivas englobam fatos e opiniões refletindo todas as perspectivas possíveis. Na prática, significa dar lugar às notícias para pontos de vista não representados, fatos não relatados e partes da população não representadas ou raramente relatadas. Em outras palavras, as notícias multiperspectivas são o corretivo de baixo para

cima para as perspectivas principalmente de cima para baixo da mídia de notícias (...). No entanto, embora o topo possa ser pequeno, não existe uma única perspectiva de baixo para cima. O país é composto de muitos fundos, ou públicos, cada um com sua própria concepção das formas adequadas de olhar o mundo, sobre o que são os fatos e quais fatos são relevantes para uma história ou assunto. A primeira prioridade, e agora uma antiga, é eliminar os contínuos preconceitos raciais e de classe nas notícias, de forma que as minorias étnicas e raciais, bem como as pessoas de renda moderada e baixa, não sejam mais vistas pelas lentes dos brancos e estereótipos de elite ou denunciados apenas quando dão as costas aos métodos tradicionais ou cometem crimes (GANS, 2003, p. 103).

A curadoria das notícias deve possibilitar como defende Gans (2003, p. 103) as “notícias multiperspectivas” por apresentar enquadramento do fato noticiado com mais pluralidade em detrimento do enquadramento das notícias monológicas da mídia tradicional fundamentadas na ideologia epistêmica positivista da objetividade. Além da possibilidade e abertura para a opinião do curador das notícias enquanto na ideologia dominante não há esse espaço, pois o fato é considerado como sendo a própria realidade e, dessa maneira, é censurada a autonomia dos jornalistas.

Com este compromisso pluralista e democrático do construtivismo, pode-se vislumbrar um jornalismo de maior credibilidade e o empoderamento não só do jornalista, que reconquista toda a dimensão da importância de sua função social de articulação e mediação da discussão pública nas questões carentes de deliberação coletiva, bem como dos cidadãos que compõem o público, idealmente toda a sociedade, que passam a ter todas as suas versões significativas sobre a realidade consideradas na pauta noticiosa, especialmente as interpretações dos setores da periferia que se posicionam de forma contrafactual em relação aos enquadramentos da ideologia hegemônica dominante da estrutura de poder dos grupos que controlam o aparelho de estado e as corporações do mercado, defendidos pelo jornalismo tradicional orientado pela epistemologia positivista da objetividade (ROCHA, 2021, p. 37).

É importante, para a presente pesquisa, também refletir sobre o conceito defendido por Piaget e Garcia (2011, p. 45), na obra “Psicogênese e história da ciência”, sobre a presença constante de ideologia existente na prática científica. Eles observam que na ciência “cada época se encontra caracterizada por aquilo que define um “paradigma”, ou seja, um conceito particular que estabelece o tipo ideal de teoria científica, de modelo a seguir na pesquisa científica”. Com isso, em cada época histórica, a ciência apresenta uma ideologia epistêmica que aponta quais os problemas e as teorias que serão capazes de explicá-los, tendo por base quais “os critérios segundo os quais uma pesquisa é considerada como

cientificamente aceitável, os critérios que determinam as linhas de pesquisa (...) suscetíveis de serem aprovadas, permanecem determinadas pelo paradigma dominante em determinado local e momento histórico” (Piaget; Garcia, 2011, p. 45).

O aparelho conceitual e o conjunto das teorias que constituem a ciência aceita em determinado momento histórico são fatores que determinam de modo predominante as direções da pesquisa científica. (...) Alguns temas tornam-se “moda” e hipertrofiam-se em detrimento de outros. Tudo isso acontece geralmente no seio de um mesmo quadro epistêmico, mas pode também vir a mudar esse quadro, quando a análise aprofundada de um tema leva a descobertas que permitem, quer a aquisição de instrumentos para abordar problemas até então inacessíveis, quer a formulação de novas questões que modificam a perspectiva em que se conduz a pesquisa. Desse ponto de vista, parece claro que a concentração de esforços no estudo de determinados tipos de fenômenos, em alguns problemas particulares, ou com o auxílio de equipes ou de determinados métodos de observação, desempenha um papel predominante na direção que assume o desenvolvimento das teorias científicas. Por sua vez, essa concentração de esforços deriva de diversos fatores. A pressão ou o estímulo provêm de setores sociais que exigem soluções a problemas de caráter prático. É o caso da tecnologia aplicada à indústria, cujo desenvolvimento ocasionou descobertas fundamentais que abriram novos campos de pesquisa científica (...) Um grande setor do conhecimento científico continua assim a ampliar-se, não de forma estritamente racional, respondendo a uma problemática interna, mas de um modo algo arbitrário e graças a um conjunto de disposições orientadas por exigências externas impostas pela sociedade. É por isso que designamos o tipo de paradigma assim condicionado por “paradigma social” (PIAGET; GARCIA, 2011, p. 48).

Assim, surgiu o mecanismo que constitui o paradigma científico indiscutível, tendo nas “correntes reducionistas (...) criadas em todos os domínios da ciência o resultado da imposição desse paradigma e determinariam as características do pensamento científico admitidas como válidas até o século XX” (Piaget; Garcia, 2011, p. 50).

Esse tipo de paradigma ao qual fizemos referência não “se impõe” a partir de normas socialmente estabelecidas (como é o caso para a seleção de temas de pesquisa), mas constitui a maneira natural de considerar a ciência num determinado período para todo indivíduo que se lance nela, sem imposição externa explícita. É uma concepção que se tornou parte integrante do conhecimento aceito e que com ele se transmite tão naturalmente quanto se transmite a linguagem falada ou escrita de uma geração a outra. É assim que propomos designar esse tipo de paradigma como um “paradigma epistêmico” em oposição ao “paradigma social” descrito anteriormente. Para nós, a cada momento histórico e em cada sociedade, predomina um determinado quadro epistêmico, produto de paradigmas sociais e origem de um novo paradigma epistêmico. Mas uma vez constituído um determinado quadro epistêmico, torna-se impossível dissociar a contribuição proveniente do componente social daquela que é intrínseca ao sistema cognitivo. Assim constituído, o quadro epistêmico começa a atuar como

uma ideologia que condiciona o desenvolvimento posterior da ciência (PIAGET; GARCIA, 2011, p. 55).

A partir dessa discussão é possível classificar a objetividade a partir de uma ideologia epistêmica positivista, contrastando com “o caráter assimilador de todo conhecimento que impõe uma epistemologia construtivista, no sentido de um estruturalismo genético ou construtivo, já que assimilar significa estruturar”. Neste contexto, “o sujeito desempenha um papel ativo em todo conhecimento, sendo a assimilação a propriedade mais geral dessas atividades” (Piaget; Garcia, 2011, p. 57).

Dessa maneira, é possível sintetizar os dois paradigmas epistemológicos que evidenciam a qualidade da prática jornalística. O primeiro paradigma representa a perspectiva tradicional positivista, que é pautada na defesa da neutralidade, imparcialidade e objetividade do profissional. Como Hallin e Mancini (2010) explicam, o jornalista, no paradigma epistemológico positivista, é reprimido para não emitir juízo de valor, sendo esta a característica central do modelo anglofônico do jornalismo norte-americano, que influencia a prática no jornalismo brasileiro. O segundo paradigma é o construtivista, tendo como base a Teoria Consensual da Verdade, em que o jornalista atua como mediador da discussão pública permitindo que as múltiplas versões da realidade sejam apresentadas ao público, permitindo o reconhecimento da autoridade exclusiva do consenso da comunidade de comunicação sobre as decisões coletivas de maneira democrática como defendem Habermas (1997) e Herman (2016). Neste sentido, argumenta Park (2008, p. 71-72) que o jornalismo deve atuar para aprovação da “formação de opinião pública mobilizando a comunidade para a ação política, (...) para criar um desejo coletivo e um poder político o qual, à medida que mobiliza a comunidade, tende a finalizar a discussão. Isso é o que constitui o poder da imprensa”.

Também, há uma outra pressão social que influencia diretamente os jornalistas, a qual Elizabeth Noelle-Neumann (2017) denomina de espiral do silêncio elaborada através da formação de climas de opinião. É um mecanismo que a mídia hegemônica faz para inverter as posições, colocando como majoritária uma posição que é efetivamente minoritária para manipular a compreensão da opinião pública sobre a realidade. Isso ocorre quando os valores éticos e morais do profissional não coincidem com os posicionamentos

que são considerados majoritários. A autora defende que o clima de opinião, consiste em um mecanismo que inverte a relação de posicionamento majoritário para pressionar as pessoas a permanecerem em silêncio diante do receio do isolamento social por terem uma opinião presumidamente minoritária pela mídia.

Também, é importante refletir sobre a relação entre jornalismo e democracia, pois, o papel da imprensa vai além de uma perspectiva mercantil, como pretende fazer crer o grande capital sobre a sua atividade na indústria das notícias. Pelo contrário, “o jornalismo é partícipe e um dos seus pilares consiste na divulgação de informações de qualidade à população, da fiscalização permanente do poder e da defesa das instituições sobre as quais o Estado se sustenta” (Souza, 2021, p. 44).

Segundo Souza (2021, p. 45) “não existe democracia possível em uma sociedade sem a imprensa livre”, assim como “é impossível a prática do jornalismo em todas as suas dimensões em regimes totalitários. Um é condição para o outro”. Como defende Carey (1995, p. 332), “o jornalismo como prática apenas é concebível no contexto da democracia; de facto, jornalismo pode ser com vantagem entendido como outro nome para democracia”.

Porém, este entendimento é definido por Schudson (2008) como normativo e romântico, ao discordar desta equiparação entre os dois conceitos. Para isso, argumenta, há na história democracias sem jornalismo e, também, jornalismo em sociedades antidemocráticas. Dessa forma, o autor não diminui ou despreza a importância da imprensa nas sociedades. Ele ressalta, em especial, a relevância da mesma na defesa dos interesses das minorias. É a partir das rádios, da televisão, dos jornais e dos portais na internet que a população encontra subsídios para a construção de um debate público de qualidade. O bom jornalismo é o caminho possível no combate à desinformação, um risco permanente às democracias na contemporaneidade (SOUZA, 2021, p. 45).

Dessa maneira, é vital afirmar, como defendem Kovach e Rosenstiel (2003), que o jornalismo se constitui a esfera responsável em envolver os cidadãos para participar do debate público, que terá como subproduto a produção de notícias e a divulgação de informações. Por isso, é imprescindível exercer a profissão jornalística de maneira ética e com autonomia para conseguir oferecer as informações necessárias para que os cidadãos possam exercer a cidadania de maneira livre e independente.

O que os meios de comunicação fazem é oferecer o presente social. Sem eles, o presente social ficaria pobre e encolhido, seria apenas o da família, o dos vizinhos mais próximos e o meio ambiente do

trabalho. Graças aos meios, vivemos no mundo e sabemos um pouco do que está acontecendo em todas as partes (GOMIS, 1997, p.14).

Para Porto (2008), a instituição social jornalismo desenvolve um importante papel na criação e definição de políticas públicas. “É pela narrativa construída pela imprensa que se dá a experiência social da grande maioria das pessoas que não tiveram qualquer relação direta com o acontecimento. E é a partir dessa narrativa que se constrói o debate público” (Souza, 2021, p. 46).

Se a grande imprensa muitas vezes é criticada por não dar visibilidade às vozes de movimentos sociais ou de representantes da sociedade com uma visão de mundo mais progressista, não dá para negar que o jornalismo, de uma forma geral, amplia as discussões e oferece argumentos à audiência normalmente desconhecidos do grande público. Neste sentido, mesmo quando a cobertura é resultado de uma abordagem mais superficial, a narrativa jornalística consegue ultrapassar o senso comum (SOUZA, 2021, p. 46).

Dentro dessa proposta, parte da construção de análise, para alcançar os objetivos específicos da presente pesquisa, será baseada no levantamento de dados, testemunhos e informações de campo e experiências que atualmente adotam as novas práticas jornalísticas para problematizar e qualificar como deve funcionar a curadoria das notícias.

Nesse contexto, a pesquisa de campo visa analisar, de modo mais aprofundado, algumas estratégias profissionais e institucionais no momento estratégico da construção da notícia ao utilizar nas práticas cotidianas a convergência midiática, em que há a integração de diversas plataformas de comunicação para que as empresas estejam onde o seu público encontra-se, com foco na curadoria das notícias a partir do enquadramento do fato como cita Marcia Benetti (2010, p. 119) “sob um discurso apenas falsamente plural⁴” e que Mauro Porto (2004) nomeia de enquadramento plural fechado⁵, como uma estratégia manipuladora para enganar as pessoas, e podem ser identificados ao estudar os enunciadores quando se é possível reconhecer a pluralidade e diversidade das versões e fontes utilizadas na notícia jornalística.

Para o estudo de campo, o número de 10 profissionais foi selecionado na sede dos jornais Folha de São Paulo e Jornal O Globo, sendo cinco profissionais de um jornal e cinco do outro, sendo chamados nos resultados como veículo A e veículo B, respectivamente. Com o intuito de realizar entrevistas semiestruturadas, com repórteres e editores que produzem conteúdo jornalístico

na curadoria das notícias para investigar como a rotina jornalística mudou com o novo fenômeno e como os profissionais se sentem diante da “cultura dos cliques”.

Segundo Gill (2002, p. 244) “análise de discurso é o nome dado a uma variedade de diferentes enfoques no estudo de textos, desenvolvida a partir de diferentes tradições teóricas e diversos tratamentos em diferentes disciplinas”. E enfatiza que “não existe uma única análise de discurso. Mas, muitos estilos diferentes de análise, e todos reivindicam o nome”. Por isso, é vital refletir que,

Existe uma rejeição da noção realista de que a linguagem é simplesmente um meio neutro de refletir, ou descrever o mundo, e uma convicção da importância central do discurso na construção da vida social (...) Essa “virada linguística” foi precipitada por críticas ao positivismo, pelo prodigioso impacto das ideias estruturalistas e pós-estruturalistas, e pelos ataques pós-modernistas a epistemologia (Burman, 1990; Gill, 1995; Parker, 1992; Potter, 1996a). As origens da análise de discurso a partir de críticas a ciência social tradicional significam que ela possui uma base epistemológica bastante diversa de algumas outras metodologias. Isso é às vezes chamado de construcionismo social, construtivismo, ou simplesmente construcionismo (GILL, 2002, p. 244-245).

Dessa maneira, é possível observar a partir de Burr (1995), as características-chaves da perspectiva epistemológica da análise do discurso a partir de quatro alicerces, tendo no primeiro pilar a postura crítica, tendo respeito ao conhecimento transmitido, que é aceito sem discussão e sem postura crítica a partir da observação de que o mundo revela a sua própria natureza autêntica, de maneira espontânea. O segundo pilar, corresponde ao reconhecimento de que as maneiras como o ser humano normalmente compreendem o mundo possuem raízes históricas e culturalmente específicas e relativas. O terceiro pilar aborda a convicção de que o conhecimento é socialmente construído, visto que, as maneiras atuais de compreender o mundo são determinadas a partir dos processos sociais e não, da natureza do mundo em si mesmo. E, o quarto e o último pilar, compreende o compromisso em explorar as maneiras com os conhecimentos a partir da construção social das pessoas, fenômenos ou problemas e estão ligados a ações e as práticas sociais.

É válido destacar que segundo Gill (2002, p. 246) “existam provavelmente ao menos 57 variedades de análise de discurso, um modo de conseguir dar conta das diferenças entre elas e pensar em tradições teóricas amplas”. Pois, as

palavras “discurso” e “análise de discurso” são muito utilizadas. Sendo assim, será observado três tradições teóricas que impactam a análise de discurso.

A primeira tradição teórica provém dos estudos de linguagem, semiótica social ou crítica e linguística crítica a partir dos autores como Fowler *et al.* (1979), Kress; Hodge (1979), Hodge; Kress (1988) e Fairclough (1989). Nessa tradição, existe uma aproximada associação com a disciplina da linguística e o objetivo compromisso com a semiótica e com a análise estruturalista. A ideia semiológica central aborda que o sentido de uma palavra “provém não de alguma estrutura inerente da relação entre significante e significado, mas do sistema de oposições em que ele está inserido” (Gill, 2002, p. 246). Dessa maneira, apresenta como desafio fundamental as discussões sobre “palavra-objeto” da linguagem, que era observada como um processo de dar nome a algo. É possível encontrar essa tradição sendo representada nos estudos de mídia, especialmente na pesquisa sobre a imprensa e as formas linguísticas específicas como a anulação do sujeito, passivização ou nominalização.

A segunda tradição teórica possui influências na teoria do ato da fala, etnometodologia e análise da conversação a partir de autores como Garfinkel (1967), Sacks *et al.* (1974), Coulthard; Montgomery (1981), Heritage (1984); Atkinson; Heritage (1984). É importante destacar que essas “perspectivas acentuam a orientação funcional, ou a orientação da ação, que o discurso possui”. Pois, ao invés de observar “como as narrações se relacionam com o mundo, elas se interessaram naquilo que estas narrações têm como objetivo conseguir, e perscrutam em detalhe a organização da interação social” (Gill, 2002, p. 246).

E a terceira tradição teórica, que em muitos momentos, se identifica como análise de discurso também é associado com o pós-estruturalismo. Nesta base científica, é possível identificar o autor Michel Foucault (1997; 1981), que rompe com as visões realistas da linguagem e rejeita a noção do sujeito unificado coerente, que foi por muito tempo o coração da filosofia ocidental.

Unindo as três tradições teóricas exemplificadas acima e, também, o campo crescente da análise retórica a partir de autores como Billig (1987; 1988; 1991) e Potter; Wetherell (1987) foi desenvolvido em inúmeras pesquisas da sociologia do conhecimento científico e da psicologia social sendo realizada “análises dentro de um conjunto diverso de campos, e constitui um enfoque

teoricamente coerente com a análise de fala e textos”. A partir disso, se faz proveitoso pensar a análise de discurso sob quatro características principais, sendo a primeira uma preocupação com o próprio discurso em si mesmo; a segunda compreende uma visão da linguagem como construtiva (criadora) e construída; a terceira engloba uma ênfase no discurso como uma forma de ação; e a quarta uma convicção na organização retórica do discurso.

Ao pensar numa preocupação com o próprio discurso em si mesmo, a palavra "discurso é empregada para se referir a todas as formas de fala e textos, desde a maneira quando ocorre naturalmente nas conversações, como quando é apresentado como material de entrevistas, ou textos escritos de todo tipo" (Gill, 2002, p. 247).

É válido destacar que os analistas de discurso estão interessados nos textos em si mesmos, em vez de considerá-los como um meio de "chegar a" alguma realidade que é pensada como existindo por detrás do discurso - seja ela social, psicológica ou material. Este enfoque separa claramente analistas de discurso de alguns outros cientistas sociais, cujo interesse na linguagem é geralmente limitado a descobrir "o que realmente aconteceu", ou qual é realmente a atitude de um indivíduo com respeito a X, Y ou Z. Ao invés de ver o discurso como um caminho para outra realidade, os analistas de discurso estão interessados no conteúdo e na organização dos textos (GILL, 2002, p. 247).

Dessa maneira, a presente pesquisa se debruça no discurso em si dos entrevistados, sendo uma preocupação vital no conteúdo das falas dos 10 entrevistados e, no segundo momento, na decupagem das entrevistas para a organização dos textos, que irão compor a elaboração da secção discussão.

Refletir sobre a linguagem é construtiva, a partir de Potter e Wetherell (1987), apresenta que a metáfora “construção” enfatiza três facetas do enfoque. Sendo a primeira, destaca o fato de que o discurso é construído, ou manufaturado, a partir de recursos linguísticos preexistentes. “Linguagem e práticas linguísticas oferecem um depósito de sistemas de termos, formas de narrativas, metáforas e citações, do qual é possível organizar um relato específico” (Potter, *et al.*, 1990, p. 45). Já a segunda faceta da análise do discurso, compreende a metáfora que ilustra o fato de que “a “montagem” de um conjunto implica em escolha, ou seleção, de um número diferente de possibilidades. E possível descrever até mesmo o mais simples dos fenômenos em uma multiplicidade de maneiras”. Dessa maneira, qualquer descrição específica dependerá da orientação do analista de discurso. No caso, da

presente pesquisa, a investigação principal sempre esteve perpassando sobre a curadoria das notícias no Brasil se consiste em um contributo para a qualidade do jornalismo brasileiro.

Finalmente, a noção de construção enfatiza o fato de que nós lidamos com o mundo em termos de construções, e não de uma maneira mais ou menos "direta", ou imediata; em um sentido verdadeiramente real, diferentes tipos de textos constroem nosso mundo. O uso construtivo da linguagem é um aspecto da vida social aceito sem discussão. A noção de construção marca, pois, claramente uma ruptura com os modelos de linguagem tradicionais "realistas", onde a linguagem é tomada como sendo um meio transparente - um caminho relativamente direto para as crenças ou acontecimentos "reais", ou uma reflexão sobre a maneira como as coisas realmente são (GILL, 2002, p. 248).

A terceira característica engloba uma ênfase no discurso como uma forma de orientação da ação, ou também chamada de orientação da função do discurso. Com isso, os analistas de discurso observam todo discurso como uma prática social. "A linguagem, então, não é vista como um mero epifenômeno, mas como uma prática em si mesma. As pessoas empregam o discurso para fazer coisas - para acusar, para pedir desculpas, para se apresentar de uma maneira aceitável, etc." (Gill, 2002, p. 248). É importante reforçar que o discurso não ocorre em um vácuo social.

Como atores sociais, nós estamos continuamente nos orientando pelo contexto interpretativo em que nos encontramos e construímos nosso discurso para nos ajustarmos a esse contexto. Isso fica muito claro em contextos relativamente formais, tais como hospitais e tribunais, mas é igualmente verdadeiro também para todos os outros contextos. Para tomar um exemplo concreto, alguém pode dar uma explicação diferente do que fez na noite anterior, dependendo do fato de que quem pergunta é sua mãe, seu chefe ou seu melhor amigo. Não se trata de que alguém está sendo deliberadamente fingido em algum desses casos (ao menos não necessariamente), mas simplesmente de que estaríamos dizendo o que parece "certo", ou o que "vem naturalmente" para aquele contexto interpretativo particular (GILL, 2002, p. 249).

Pois, como atores sociais o contexto interpretativo impacta o discurso que será ajustado a partir de ações sociais, como descreve Gill (2002):

Ações ou funções não devem ser pensadas em termos cognitivos, por exemplo, como relacionadas as intenções de alguém; muitas vezes elas podem ser globais ou ideológicas, e são melhor pensadas como práticas culturais, do que como confinadas na cabeça de alguém. Os analistas de discurso argumentam que todo discurso é circunstancial. É importante notar que a noção de "contexto interpretativo" não é fechada ou mecanicista. Ele é empregado não simplesmente para se referir aos amplos parâmetros de uma interação, tais como onde e quando ela tem lugar, e a quem a pessoa está falando ou escrevendo, mas também para atingir características mais sutis da interação,

incluindo os tipos de ações que estão sendo realizadas, e as orientações dos participantes. Como um analista de discurso, a pessoa está envolvida simultaneamente em analisar o discurso e em analisar o contexto interpretativo. O ponto central aqui é que não existe nada "simples", ou sem importância, com respeito à linguagem: fala e textos são práticas sociais, e até mesmo afirmações que parecem extremamente triviais, estão implicadas em vários tipos de atividades. Um dos objetivos da análise de discurso é identificar as funções, ou atividades, da fala e dos textos, e explorar como eles são realizados (GILL, 2002, p. 249).

E, por fim, Billig (1987; 1991) observa a quarta característica que representa a convicção na organização retórica do discurso. É possível identificar que diferentemente da análise da conversação, na análise de discurso percebe a vida social como sendo formada por vários tipos de conflitos. E grande parte do discurso está implicada no estabelecimento de uma versão do mundo diante de versões competitivas. Sendo visivelmente observada em exemplos de discursos políticos, que estão direcionando os cidadãos a aderir a suas visões de mundo e, também, no discurso publicitário com o intuito de vender os seus produtos, estilos de vida e sonhos. Com isso, identifica-se a ênfase na natureza retórica dos textos, conduzindo a atenção para as maneiras como todo discurso é organizado, com o intuito de se tornar persuasivo.

Neste sentido, Gill (2002) destaca que a decisão de utilizar na pesquisa análise de discurso já impõe uma mudança epistemológica radical, apontando que os analistas de discurso estão interessados no próprio texto e, por isso, fazem perguntas diferentes para ampliar o objeto investigado. “A possível lista de perguntas é interminável; mas, como se pode ver, elas são bem diferentes das convencionais perguntas sociocientíficas”, pois, estão interessar no como e, não, apenas no porquê (Gill, 1998, p. 254).

Outro aspecto importante na análise de discurso compreende a transcrição, uma vez que “a produção de uma transcrição não deve ser pensada como um tempo perdido, antes que a análise como tal comece”, pois “a transição não pode sintetizar a fala, nem deve ser “limpada”, ou corrigida; ela deve registrar a fala literalmente, com todas as características possíveis da fala. A produção de uma transcrição consome muito tempo” (Gill, 2002, p. 251). Na explicitação da importância deste procedimento, pode-se salientar que, “muitas vezes, algumas das intuições analíticas mais iluminadoras aparecem durante a

transcrição, porque é necessário um engajamento profundo com o material para produzir uma boa transcrição” (POTTER, 1996b, p. 136).

Na presente pesquisa, a transcrição das entrevistas foi realizada por meio do aplicativo gratuito Spider Scan, contribuindo para transcrição das análises em formato de texto e, no decorrer da discussão caso, nos casos de dúvidas, a pesquisadora recorreu à versão original dos áudios das entrevistas.

Uma análise de discurso é uma leitura cuidadosa, próxima, que caminha entre o texto e o contexto, para examinar o conteúdo, organização e funções do discurso (...). A análise de discurso é uma interpretação, fundamentada em uma argumentação detalhada e uma atenção cuidadosa ao material que está sendo estudado (GILL, 2002, p. 266).

Ao iniciar a análise, a recomendação de Gill (2002, p. 252) é levar em consideração do início ao fim, “a suspensão da crença naquilo que é tido como algo dado”, ou como o procedimento antropológico de “tornar o familiar estranho”, induzindo à prática de “mudar a maneira como a linguagem é vista, a fim de focar a construção, organização e funções do discurso, em vez de olhar para algo atrás, ou subjacente a ele”. Com isso, é importante destacar a visão de Potter e Wetherell (1987) que comparam a maneira como se lê textos acadêmicos, buscando a essência dos mesmos e a maneira apropriada de realizar a análise de discurso, que é contrária a forma de leitura acadêmica:

Se alguém lê um artigo, ou livro, o objetivo usual é produzir uma síntese simples, unitária, e ignorar a nuance, as contradições e as áreas de imprecisão. O analista de discurso, contudo, está interessado no detalhe das passagens do discurso, embora fragmentadas e contraditórias, e com o que é realmente dito ou escrito, não com alguma ideia geral que parece ser pretendida (POTTER; WETHERELL 1987: 168).

É válido enfatizar que, segundo Schenkein (1978, p. 36), realizar a análise de discurso implica uma atitude questionadora dos próprios pressupostos e a forma como o profissional habitualmente conduz o sentido às coisas, com um espírito de ceticismo e, também, o desenvolvimento de uma “mentalidade analítica”. Dessa maneira, as perguntas diferentes são necessárias, como: "Por que eu estou lendo isso dessa maneira?, Que características do texto produzem essa leitura?, Como ele está organizado para se tornar persuasivo? e, assim, por diante”.

Os analistas de discurso estão menos interessados no tema da representatividade do que no conteúdo, organização e funções dos textos. Embora os analistas de discurso não rejeitem de modo algum a quantificação (e na verdade questionem a ideia de uma distinção nítida qualidade-quantidade), um pré-requisito para contar as instâncias de uma categoria particular é uma explicação detalhada de como decidir se alguma coisa é, ou não, uma instância do relevante fenômeno. Isto normalmente mostra-se ser mais interessante e complexo do que tentativas aparentemente diretas de quantificação (GILL, 2002, p. 264).

A próxima etapa metodológica compreende a codificação, que segundo Gill (2002, p. 253) se resume em mergulhar no material transcrito. “Uma boa maneira de começar e simplesmente ler e reler as transcrições até que nos familiarizemos com elas. Este processo é uma preliminar necessária para a codificação”. Logo após a codificação, são utilizadas categorias, sendo determinadas pelas questões de interesse que, no caso da presente pesquisa, foram as classificações das Formações Discursivas e das Sequências Discursivas, segundo Benetti (2010).

Isto vem realçar um ponto importante sobre codificação: que, em suas fases iniciais, ela deve ser feita da maneira mais abrangente possível, de tal modo que todas as instâncias limítrofes possam ser incluídas, em vez de serem deixadas fora. As pessoas usam várias estratégias para codificar, e cada pesquisador deve desenvolver a sua, mas essencialmente a codificação é uma maneira de organizar as categorias de interesse (GILL, 2002, p. 254).

De acordo com Potter e Wetherell (1987) é importante pensar a análise como sendo construída em duas fases que se relacionam entre si. Primeiramente, existe uma procura por um padrão nos dados. “Isto vai se mostrar na forma tanto da variabilidade (diferenças entre as narrações), quanto da consistência”, seguindo-se, no segundo momento, existe “a preocupação com a função das características específicas do discurso, e de testá-las frente aos dados” (Potter; Wetherell, 1987, p. 55).

Uma estratégia analítica útil é a de considerar as maneiras como as coisas são ditas como sendo potenciais soluções de problemas. A tarefa do analista de discurso é identificar cada problema, e como o que é dito se constitui em uma solução (WIDDICOMBE, 1993, p. 38).

A Análise de Discurso se debruça a investigar essa movimentação de instauração de sentidos para compreender a maneira como funciona um discurso. Pois, como apresenta Orlandi (2001, p. 14), “a intersubjetividade obriga a refutar a visão ingênua de que o discurso poderia conter uma verdade

intrínseca ou uma literalidade. Afinal, o dizer produz um efeito de literalidade, que é a impressão do sentido lá”, permitindo que o receptor tenha a “impressão de algo que natural, óbvia e evidentemente só poderia significar isto, como se o sentido existisse de forma independente e pudesse ser simplesmente acessado ou não” (Orlandi, 2001, p. 14). Dessa maneira, observa-se que o efeito de literalidade aumenta consideravelmente quando apaga a ideia de uma ideologia pois, quanto mais naturalizada a ideologia mais terão sentidos que parecem ser literais e, assim, mais terão as formações discursivas que dela derivam.

Então, é possível afirmar que o discurso depende dos sujeitos para existir. Dessa maneira, conclui-se que o discurso é produzido tanto pelo emissor quanto pelo receptor. Com isso, Benetti (2010, p. 108) afirma que “o discurso é, assim, opaco, não transparente, pleno de possibilidades de interpretação”. Quando se observa o jornalismo sob a ótica desta teoria pode-se constatar que “o texto objetivo é apenas uma intenção do jornalista, restando-lhe elaborar um texto que no máximo direcione a leitura para um determinado sentido, sem que haja qualquer garantia de que essa convergência de sentidos vá de fato ocorrer” (Benetti, 2010, p. 108). Desse modo, Mariani (1998, p. 105) defende que a “pretensão de desambiguar o mundo, que é sustentado pelo jornalismo a partir de seu objetivo de relatar fielmente os acontecimentos, revela-se frágil e ilusória sempre que problematizada pelo viés da linguagem”.

Na leitura crítica não se considera a linguagem como um código transparente e neutro, cujos sentidos estariam sendo continuamente manipulados e transmitidos conforme os interesses de cada um. Se as notícias publicadas trazem na sua constituição textual traços histórico-sociais, e isso faz parte dos processos de significação, é porque linguagem e história se constituem mutuamente e os sentidos precisam ser pensados na sua historicidade. Os sentidos não estão presos ao texto nem emanam do sujeito que lê, ao contrário, eles resultam de um processo de interação texto/leitor. Para tornar um pouco mais complexa esta discussão, acrescentemos que nosso atento sujeito-leitor também é constituído por processos sociais e históricos, mas estes processos não são totalmente visíveis para ele. Ao ler, i.e., ao significar, um leitor mobiliza suas histórias de leituras, relacionando o texto lido a outros textos já conhecidos. Da mesma forma, pode correlacionar o que lê a si mesmo, i.e., à sua própria história pessoal, bem como ao momento histórico em que vive e ao contexto de produção da obra. Leitor e texto, portanto, vão se integrando e se desvincilhando à medida que a historicidade de ambos emerge no processo de leitura (MARIANA, 1999, p. 106).

Com isso, observa-se que o campo do jornalismo se constitui numa construção subjetiva da realidade a partir do paradigma construtivista

encontrando eco nas ideias difundidas por Meditsch (1997, p. 40), quando afirma ser o jornalismo “um modo de conhecimento: ele tanto produz um conhecimento particular sobre os fatos do mundo, quanto reproduz os conhecimentos gerados por outros autores. Mas, o conhecimento não pode ser apenas transmitido, ele é recriado”.

De forma mais ampla, o jornalismo constrói sentidos sobre a realidade, em um processo de contínua e mútua interferência. De forma mais restrita, a notícia é uma construção social que depende basicamente de seis condições de produção ou existência: a realidade, ou os aspectos manifestos dos acontecimentos; os constrangimentos impostos aos jornalistas no sistema organizacional; as narrativas que orientam o que os jornalistas escrevem; as rotinas que determinam o trabalho; os valores-notícia dos jornalistas; as identidades das fontes de informação utilizadas e seus interesses (Traquina, 2002). A compreensão dessas condições não é acessória, e sim um pressuposto para qualquer estudo de jornalismo. Evidentemente, uma pesquisa sobre o texto jornalístico não precisa contemplar o detalhamento de todas as condições – ainda assim, é fundamental que o analista mantenha, como horizonte da pesquisa, consciência da complexidade de seu objeto (BENETTI, 2010, p. 110-111).

Assim, o jornalismo utiliza de mapas culturais de significado na esfera social como defende Hall *et al.* (1993, p. 35), podendo reforçar ou apagar ideias, “contribuindo para o estabelecimento de ‘consensos’ a respeito de valores e atitudes”. É possível citar a notícia como “um dos eixos norteadores dos ‘consensos’ e parâmetros sociais de normalidade e anormalidade. Pois, “ao lidar essencialmente com o que é inesperado, incomum ou perigoso, o jornalismo acaba indicando o que seria socialmente desejável, normal ou adequado” (Benetti, 2010, p. 110).

Compreendemos o jornalismo como um lugar de circulação e produção de sentidos. De forma sucinta, o jornalismo é um discurso: a) dialógico; b) polifônico; c) opaco; d) ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos; e) elaborado segundo condições de produção e rotinas particulares (BENETTI, 2010, p. 107).

Para iniciar a análise de discurso no jornalismo se faz imprescindível observar atentamente a análise dos sentidos no discurso jornalístico. Com isso, Benetti (2010, p. 111) destaca a necessidade em “visualizar a estrutura do texto, compreendendo que esta estrutura vem ‘de fora’: o texto é decorrência de um movimento de forças que lhe é exterior e anterior”.

O texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que se inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na

ideologia, no imaginário. A conjugação de forças que compõem o texto nem sempre é aparente – diríamos mesmo que raramente é visível por si mesma, e só o método arqueológico do analista de discurso pode evidenciar esta origem. Importa compreender que existe uma exterioridade que não apenas repercute no texto, mas que de fato o constitui e não pode ser dele apartada. O que fazemos, ao utilizar o método, é um procedimento que depende da iniciativa e vontade do pesquisador. Assim, o primeiro passo é enxergar a existência (apenas operacional e pragmática) de duas camadas: a primeira, mais visível, é a camada discursiva; a segunda, só evidente quando aplicamos o método, é a camada ideológica (BENETTI, 2010, p. 111).

Ao longo das entrevistas, para a presente pesquisa, foi possível identificar as formações discursivas (FD). A partir da explicação de Benetti (2010, p. 112) ao detalhar “que uma FD é uma espécie de região de sentidos, circunscrita por um limite interpretativo que exclui o que invalidaria aquele sentido – este segundo sentido, por sua vez, constituiria uma segunda FD”.

Chamaremos, então, formação discursiva aquilo que numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa etc.) (PÊCHEUX, 1995, p. 160).

Por isso, se faz importante refletir a partir da visão de Benetti (2010, p. 112) que, “indo além da mera associação à classe social, a vinculação estrutural entre a formação ideológica e a formação discursiva permanece válida”. E assim, a autora conceitua a formação discursiva como:

Aquilo que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode e não deve ser dito. Essa definição circular amarra a formação discursiva a uma formação ideológica, deduzindo que, daquela formação ideológica em particular, não poderia ser construído outro sentido que não aquele (BENETTI, 2010, p. 112).

E, para isso, se faz relevante refletir, segundo Benetti (2010, p. 112), que o “sentido é determinado por uma configuração ideológica, que reside nesta espécie de segunda camada da estrutura do discurso”. Com isso, observa-se que a lógica da análise de discurso fala sobre “um sentido sempre vem representar aquilo que poderia ser dito, naquela conjuntura específica, por aqueles sujeitos em particular, instados ideologicamente a dizer uma coisa, e não outra”.

No mapeamento dos sentidos, é preciso limitar o campo de interpretação aos “sentidos nucleares”, isto é, a reunião, em torno de

uma formação discursiva, de diversos pequenos significados que constroem e consolidam aquele sentido nuclear. Assim existem tantas formações discursivas quantos sentidos nucleares pudermos encontrar em um texto (BENETTI, 2010, p. 112).

Dessa maneira, Benetti (2010, p. 112) explica que a análise de discurso constitui um método interpretativo que irá exigir “disposição intelectual do pesquisador”, acrescentando que: “não são aceitáveis as interpretações – talvez fosse melhor dizer “comentários”? – com base em impressões do analista. É preciso construir um quadro de FDs justificadas explicitamente pelos textos em análise”.

Há muitos modos de organizar e nomear as FDS, e cada pesquisador deve encontrar seu modo particular de trabalho. Normalmente, numeramos as formações discursivas (FD1, FD2, FD3 etc.) e as nomeamos indicando o sentido principal. Evidentemente, a análise sempre será feita em torno de um problema de pesquisa, e são os sentidos nucleares referentes a este problema de pesquisa que o analista irá mapear. O que fazemos é localizar as marcas discursivas do sentido rastreado, ressaltando as que o representam de modo mais significativo. Depois de identificar os principais sentidos e reuni-los em torno de formações discursivas mínimas, o pesquisador deve buscar, fora do âmbito do texto analisado, a constituição dos discursos “outros” que atravessam o discurso jornalístico (BENETTI, 2010, p. 112-113).

Por isso, na presente tese identificamos as seguintes formações discursivas (FD) a partir das entrevistas coletadas com os jornalistas dos jornais Folha de São Paulo e O Globo:

Quadro 2 – Formações Discursivas

FD1 - A curadoria de notícias como solução para organizar as informações no ambiente digital, neste momento atual da avalanche informativa.
FD2 - O algoritmo digital é o elemento que estabelece a relação bidirecional entre a influência que o jornalismo exerce na curadoria de notícias e, em contrapartida, a curadoria de notícias exerce no jornalismo.
FD3 - A curadoria de notícias, equivocadamente, constitui uma estrutura puramente mercadológica pela ótica dos profissionais

Ao longo das perguntas realizadas na entrevista, como pode ser observado no Anexo 1, também é possível observar as Sequências Discursivas (SD), que corresponde ao trecho que arbitrariamente recortamos para ser analisado e, logo depois, é utilizado no relato da pesquisa. Para facilitar a

organização do corpus da presente tese foi numerado cada SD conforme o quadro abaixo:

Quadro 3 – Sequências Discursivas

SD1 - No universo digital, existe um destaque para a curadoria de notícias referente aos assuntos que conquistam os <i>trends</i> do momento.
SD2 - O algoritmo digital presente na curadoria de notícias, atualmente, é um marco para o jornalismo, assim como a estruturação do <i>lead</i> e <i>sub-lead</i> foram para o jornalismo, no século passado.
SD3 - A curadoria de notícia entrega para a sociedade informação de qualidade.

Com isso, os resultados da presente tese serão apresentados a partir das Sequências Discursivas identificadas nas Formações Discursivas, levando em consideração as orientações propostas de Orlandi (2004), quando descreve:

Feita a análise, não é sobre o texto que falará o analista, mas sobre o discurso. Uma vez atingido o processo discursivo que é o que faz o texto significar, o texto ou os textos particulares analisados desaparecem como referências específicas para dar lugar à compreensão de todo um processo discursivo do qual eles – e outros que nem mesmo conhecemos – são parte (ORLANDI, 2004, p. 61).

Na presente tese, as entrevistas foram realizadas como defende Gaskell (2002, p. 64) seguindo o “tipo semiestruturadas com um único respondente (a entrevista em profundidade)” e apresentando, como escreveu Robert Farr (1982, p. 35), “essencialmente uma técnica, ou método, para estabelecer ou descobrir que existem perspectivas, ou pontos de vista sobre os fatos, além daqueles da pessoa que inicia a entrevista”.

O primeiro ponto de partida é o pressuposto de que o mundo social não é um dado natural, sem problemas: ele é ativamente construído por pessoas em suas vidas cotidianas, mas não sob condições que elas mesmas estabeleceram. Assume-se que essas construções constituem a realidade essencial das pessoas, seu mundo vivencial. O emprego da entrevista qualitativa para mapear e compreender o mundo da vida dos respondentes e o ponto de entrada para o cientista social que introduz, então, esquemas interpretativos para compreender as narrativas dos atores em termos mais conceptuais e abstratos, muitas vezes em relação a outras observações. A entrevista qualitativa, pois, fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação. O objetivo é uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos (GASKELL, 2002, p. 65).

Para começar foi imprescindível realizar uma preparação e planejamento, seguindo as orientações de Gaskell (2002, p. 66), para avançar na pesquisa em campo: “assume-se aqui que o pesquisador já tenha desenvolvido um referencial teórico ou conceitual que guiará sua investigação e identificado os conceitos centrais e os temas que deverão ser vistas na pesquisa”. Assim, é possível enfatizar que “duas questões centrais devem ser consideradas, antes de qualquer forma de entrevista: o que perguntar (a especificação do tópico guia) e a quem perguntar (como selecionar os entrevistados)” (Gaskell, 2002, p. 66).

O tópico guia é parte vital do processo de pesquisa e necessita atenção detalhada. Por detrás de uma conversação aparentemente natural e quase casual encontrada na entrevista bem-sucedida, está um entrevistador muito bem-preparado. Se forem feitas perguntas inadequadas, então não apenas foi desperdiçado o tempo do entrevistado, mas também o do entrevistador. É fundamental colocar tempo e esforço na construção de um tópico guia, e é provável que se tenha de fazer várias tentativas. Em sua essência, ele é planejado para dar conta dos fins e objetivos da pesquisa. Ele se fundamentará na combinação de uma leitura crítica da literatura apropriada, um reconhecimento do campo (que poderá incluir observações e/ou algumas conversações preliminares com pessoas relevantes), discussões com colegas experientes, e algum pensamento criativo. Como ideal, o tópico guia deveria caber em uma página. Ele não é uma série extensa de perguntas específicas, mas ao contrário, um conjunto de títulos de parágrafos. Ele funciona como um lembrete para o entrevistador, como uma salvaguarda quando der um "branco" no meio de uma entrevista, um sinal de que há uma agenda a ser seguida, e (se um número de minutos é fixado a cada parágrafo) um meio de monitorar o andamento do tempo da entrevista. Um bom tópico guia irá criar um referencial fácil e confortável para uma discussão, fornecendo uma progressão lógica e plausível através dos temas em foco. À medida que o tópico guia é desenvolvido, ele se torna um lembrete para o pesquisador de que questões sobre temas sociais científicos devem ser apresentadas em uma linguagem simples, empregando termos familiares adaptados ao entrevistado. Finalmente, ele funciona como um esquema preliminar para a análise das transcrições (GASKELL, 2002, p. 66-67).

Dessa maneira, o Guia das Entrevistas (que pode ser encontrado no Apêndice A) foi elaborado após a conclusão do referencial teórico da pesquisa que ocorreu com profunda pesquisa em livros em português, assim como nos bancos de dados inglês, espanhol e francês, depois de quase três anos de intensa investigação além do período de maturação que ocorreu ao preparar a ementa e os diálogos da primeira disciplina no Brasil intitulada Curadoria das Notícias, ministrada por meio da oferta de disciplina eletiva no Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pernambuco, ineditismo no país financiado pela Fundação de Amparo a Ciência e Tecnologia de Pernambuco

(Facepe). Assim, pela profunda investigação científica realizada é possível mencionar que as três implicações de Becker e Geer (1957) foram fielmente seguidas na produção desta tese:

Primeiro, o entrevistador não deve aceitar nada como se fosse pacífico. Segundo, ele deve sondar cuidadosamente mais detalhes do que aqueles que o entrevistado pode oferecer em uma primeira resposta à pergunta. Terceiro, é através do acúmulo de informações conseguidas a partir de um conjunto de entrevistas que podemos chegar a compreender os mundos da vida dentro de um grupo de entrevistados (BECKER; GEER, 1957, p. 71).

Também, em observância às considerações de Becker e Geer (1957, p. 71), a metodologia de entrevista individual foi a escolhida levando em conta que, “de modo geral, a pesquisa acadêmica emprega a entrevista individual de profundidade, enquanto, o setor comercial prefere entrevistas em grupo”⁸.

As diferentes orientações podem ser justificadas com base na tradição ou em considerações pragmáticas. Por exemplo, por ser a pesquisa comercial muitas vezes pressionada pelo tempo, é muito mais rápido fazer um pequeno número de entrevistas com grupos focais do que entrevistar o mesmo número de pessoas individualmente (GASKELL, 2002, p. 73).

É importante refletir que toda pesquisa com entrevistas constitui um processo social que ocorre, como defende Gaskell (2002, p. 73), na “interação com empreendimento cooperativo em que as palavras são o meio principal de troca”.

Não é apenas um processo de informação de mão única passando de um (o entrevistado) para outro (o entrevistador). Ao contrário, ela é uma interação, uma troca de ideias e de significados, em que várias realidades e percepções são exploradas e desenvolvidas. Com respeito a isso, tanto o(s) entrevistado(s) como o entrevistador estão, de maneiras diferentes, envolvidos na produção de conhecimento. Quando nós lidamos com sentidos e sentimentos sobre o mundo e sobre os acontecimentos, existem diferentes realidades possíveis, dependendo da situação e da natureza da interação. Deste modo, a entrevista é uma tarefa comum, uma partilha e uma negociação de realidades. Ao analisar a produção de conhecimento social, ou representações, Bauer; Gaskell (1999) afirmam que o sistema social

⁸ Também, é válido citar as semelhanças entre entrevistas individuais e em grupo, tais como: “em ambos os tipos de entrevista o pesquisador não orienta a investigação a partir de um conjunto de perguntas predeterminadas como se faz em um levantamento ou questionário. Embora o conteúdo mais amplo seja estruturado pelas questões da pesquisa, na medida em que estas constituem o tópico guia, a ideia não é fazer um conjunto de perguntas padronizadas ou esperar que o entrevistado traduza seus pensamentos em categorias específicas de resposta. As perguntas são quase que um convite ao entrevistado para falar longamente, com suas próprias palavras e com tempo para refletir. Além do mais, diferentemente do levantamento, o pesquisador pode obter esclarecimentos e acréscimos em pontos importantes com sondagens apropriadas e questionamentos específicos” (GASKELL, 2002, p. 73).

mínimo implicado na representação e uma tríade dialógica: duas pessoas (sujeito 1 e sujeito 2) que estão preocupadas com um objeto (O) em relação a um projeto (P), em uma dimensão de tempo. Este triângulo de mediação, prolongado no tempo (S-O-S), e a unidade básica de comunicação para a elaboração de sentido. Sentido não é uma tarefa individual ou privada, mas é sempre influenciado pelo "outro", concreto ou imaginado (GASKELL, 2002, p. 73).

Dessa maneira, as entrevistas da presente tese seguiram os direcionamentos da entrevista episódica descrita por Flick (2002, p. 117):

Deve combinar convites para narrar acontecimentos concretos (que sejam relevantes ao tema em estudo) com perguntas mais gerais que busquem respostas mais amplas (tais como definições, argumentação e assim por diante) de relevância pontual. Deve mencionar situações concretas em que se pode pressupor que os entrevistados possuem determinadas experiências. Deve ser suficientemente aberta para permitir que o entrevistado selecione os episódios ou situações que ele quer contar, e, para decidir que forma de apresentação ele quer dar (por exemplo, uma narrativa ou uma descrição). O ponto de referência deve ser a relevância subjetiva da situação para o entrevistado (FLICK, 2002, p. 117).

É válido mencionar, como enfatiza Flick (2002, p. 117-118), que a entrevista episódica “pode ser delineada em nove fases, cada uma delas se constituindo em um passo a frente em direção ao objetivo de analisar o conhecimento cotidiano do entrevistado sobre um tema ou campo específico”. Sendo a primeira fase a preparação da entrevista assim descrita pelo autor:

A entrevista episódica se baseia em um guia de entrevista com o fim de orientar o entrevistador para os campos específicos a respeito dos quais se buscam narrativas e respostas. O guia de entrevista pode ser criado a partir de diferentes fontes: da experiência do pesquisador na área em estudo, de dimensões teóricas desta área, de outros estudos e de seus resultados, e das análises preparatórias de uma área que possua aspectos relevantes. Neste passo, é importante desenvolver uma compreensão preliminar da área em estudo, de tal modo que partes relevantes possam ser cobertas, que as perguntas possam ser formuladas e que o guia possa permanecer suficientemente aberto para acomodar qualquer aspecto novo que possa emergir ou ser trazido pelo entrevistado (FLICK, 2002, p. 118).

Assim, quando a entrevista adentrar em sua segunda fase, que compreende a introdução da lógica do momento da entrevista episódica, segundo Flick (2002, p. 119), o objetivo a ser alcançado é ter exemplos concretos e situações reais que ocorreram com o profissional no ambiente de trabalho envolvendo a curadoria das notícias e o jornalismo. Dessa maneira, avança-se para a terceira fase que trabalha a concepção do entrevistado sobre o tema e sua biografia com relação a ele, descrita da seguinte maneira:

Perguntar ao entrevistado que relembre uma situação específica e que a conte. Que situação ele relembra ou seleciona a fim de responder ao convite não é fixada pelo entrevistador. Esta decisão pode ser usada na análise posterior, por exemplo, comparar os graus de proximidade do entrevistado em relação ao tópico em estudo. O caminho da história profissional do entrevistado em relação ao tema é então investigado perguntando-se por experiências relevantes particularmente importantes ou significativas (FLICK, 2002, p. 119-120).

Flick (2002, p. 120) ressalta que a quarta fase da entrevista episódica é direcionada para “o sentido que o assunto tem para a vida profissional do entrevistado”. Dessa maneira, “o objetivo aqui é esclarecer o papel do tema na vida profissional do entrevistado. A fim de entrar neste campo, pede-se ao entrevistado que primeiro conte o transcorrer de um dia normal com respeito ao tema”. Como exemplo ocorrido na entrevista guia com a seguinte pergunta: “poderia contar como foi o seu dia ontem na redação e como a curadoria das notícias esteve presente em sua rotina profissional?”

Esse tipo de pergunta tem como finalidade juntar narrativas de uma cadeia de situações relevantes. Após isso, estas situações da vida cotidiana são vistas como relevantes para analisar o tema, são mencionadas com maiores detalhes. Ali, o entrevistador pode escolher uma ou mais diferentes estratégias (FLICK, 2002, p. 121).

Ao avançar para a quinta fase da entrevista episódica é encontrado o enfoque nas partes centrais do tema em estudo, como abordar a relação pessoal do entrevistado com o tema central, tendo vital papel o condutor da entrevista: “uma tarefa importante do entrevistador é responder com inquirições mais aprofundadas as respostas e as narrativas do entrevistado, a fim de tornar a entrevista tão substancial e profunda quanto possível” (FLICK, 2002, p. 122).

O próximo passo é a sexta fase em que os tópicos gerais mais relevantes “são mencionados na entrevista, a fim de ampliar seu alcance (...) Um aspecto ainda são as imaginações do entrevistado com relação às mudanças esperadas ou temidas”. Como exemplo, a pergunta adotada na entrevista que segue: “que futuro e inovações você espera para a curadoria das notícias nos próximos anos?” (Flick, 2002, p. 123).

Esta parte da entrevista tem como objetivo a elaboração de um referencial de conhecimento trans-situacional que o entrevistado desenvolveu ao longo do tempo. Enquanto possível, o entrevistador deve tentar ligar estas respostas gerais às explicações mais concretas e pessoais do entrevistado, fornecidas em fases anteriores da entrevista, a fim de deixar claras todas as discrepâncias e contradições. As aplicações desta entrevista demonstraram que em muitos casos discrepâncias e contradições podem emergir entre a

argumentação mais geral dessa fase e as experiências e práticas pessoais relatadas anteriormente (FLICK, 2002, p. 123).

A sétima fase compreende a avaliação e a conversa informal ao término da entrevista episódica. Segundo Flick (2002, p. 123-124), “a parte final da entrevista é dedicada à sua avaliação feita pelo entrevistado (“O que não apareceu na entrevista que lhe teria dado uma oportunidade de mencionar seu ponto de vista?”). Dessa maneira, o autor enfatiza a importância de “acrescentar um período de conversa informal, permitindo que o entrevistado fale de tópicos relevantes fora do contexto explícito da entrevista”. Após, encerrar a entrevista se alcança a oitava fase, que compreende a documentação. Como descreve Flick (2002, p. 124):

A fim de contextualizar as narrativas e respostas recebidas do entrevistado, um protocolo deve ser escrito imediatamente depois da entrevista (...). Mais importante que tudo são as impressões do entrevistador sobre a situação e o contexto da entrevista e do entrevistado em particular. Tudo o que trouxe surpresa e tudo o que foi dito depois da gravação deve ser anotado (FLICK, 2002, p. 124).

E, por fim, a última fase da entrevista episódica é alcançada com a realização das análises. Como Flick (2002, p. 125) adverte, “a entrevista deve ser gravada e transcrita em sua totalidade e detalhadamente”. Deste modo, é válido utilizar as palavras de Flick (2002, p. 127) para explicar o motivo da escolha da entrevista episódica na presente tese: “numa entrevista episódica dá-se especial atenção ao sentido subjetivo expresso no que é contado, a fim de descobrir a relevância subjetiva e social do tema em estudo”, no nosso caso a curadoria das notícias vivenciada por jornalistas brasileiros na redação dos jornais Folha de São Paulo e Jornal O Globo. Desta maneira, a entrevista episódica procura a contextualização das experiências e acontecimentos vivenciados pelo entrevistado, ou seja, do jornalista que exerce a função do curador das notícias. Também, é válido observar, segundo Merton e Kendall (1946, p. 545), “a entrevista deve maximizar a abrangência de estímulos evocativos e de respostas relatadas pelo sujeito”. Para assim, quando a pesquisa alcança a fase da análise dos dados possa conter múltiplos elementos a serem analisados através da análise de discurso.

Dessa maneira, através do percurso metodológico da presente tese é possível observar também o pensamento de Ralph Nafziger (1949, p. 01) sobre o desenvolvimento da pesquisa em jornalismo, percorrendo os quatro estágios

do método científico: “1) busca dos fatos, investigação por observação e experimento; 2) formulação de teorias para explicar os dados; 3) análise do material; e 4) testar a teoria e verificar os dados”. Como pode ser observado no Quadro abaixo:

Quadro 4 - Procedimentos Metodológicos

Objetivo	Teoria	Método	Resultado
Investigar as novas mudanças estruturais e paradigmáticas da comunicação no ambiente digital, local de hábitat deste novo profissional jornalista curador.	Era da Informação – Castells (2010). Sociedade em Rede – Castells (2012). Dado X Informação X Conhecimento – Castilho (2015). Conceito de Ansiedade Informativa - Wurman (2005). Conceito de Infodemia - Zattar (2020). Teoria da Ação Comunicativa – Habermas (2002). Teoria da Ação Social – Weber (1979). Audiência Potencial – Mesquita (2014).	Revisão de literatura.	Elaboração do primeiro capítulo teórico da presente tese: Os novos paradigmas da comunicação, tendo desdobramento nos subcapítulos: “Novos paradigmas da sociedade em rede na Era da Informação”; “O novo ecossistema comunicacional” e “A nova consciência profissional: o mundo da cooperação”.
Analisar o fenômeno da curadoria das notícias, tendo como	Conceito de curadoria digital – Siebra (2016). Conceito de curadoria das notícias – Garcia (2013).	Revisão de literatura;	Elaboração do segundo capítulo teórico da presente tese: “A curadoria de notícias na sociedade

protagonista o jornalista curador.	As etapas da curadoria das notícias – Carvalho (2020).		em rede”, tendo desdobramento nos subcapítulos: “Historiografia da curadoria”; “Curadoria: um termo com vários desdobramentos” e “A curadoria de notícias na sociedade em rede”.
Investigar a curadoria de notícias nos veículos brasileiros Folha de São Paulo e O Globo.	Teoria consensual da Verdade – Habermas (2002). Entrevistas semiestruturadas- Gaskell (2002) e Farr (1982). Entrevistas Episódicas – Flick (2002). Análise de Discurso – Benetti (2010) e Rosalind Gill (2011).	Entrevistas semiestruturadas – Gaskell (2002) e Farr (1982). Entrevistas Episódicas – Flick (2002). Análise de Discurso – Benetti (2010) e Rosalind Gill (2011),	Elaboração do capítulo Discussão da presente tese.

Dessa maneira, o Quadro Procedimentos Metodológicos apresenta as principais teorias que foram utilizadas no desenvolvimento da presente pesquisa. Assim como, os resultados encontrados de maneira prática com a revisão da literatura e as entrevistas semiestruturadas e episódicas realizadas para a elaboração da presente tese.

5. DISCUSSÃO

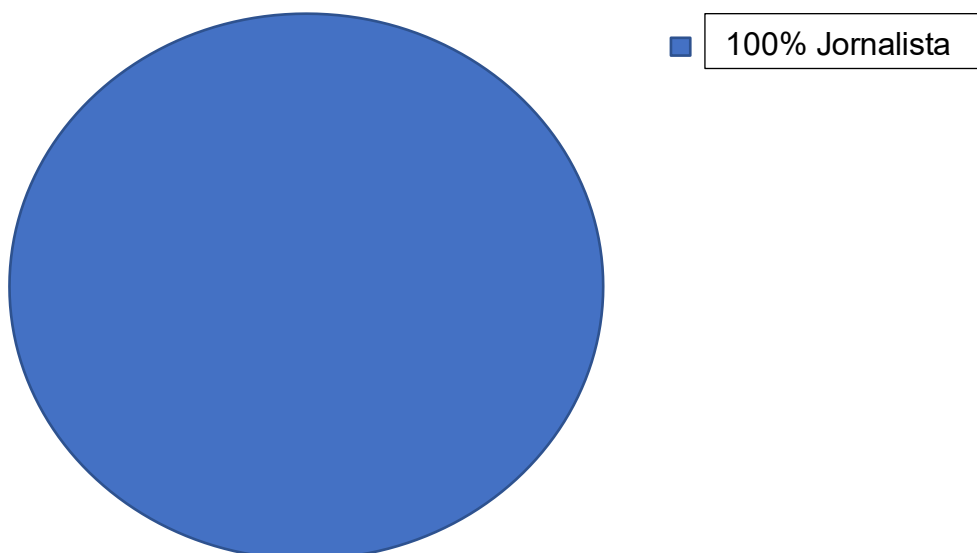
É válido enfatizar que para a pesquisa de campo acontecer foi utilizada o direcionamento sugerido por Gaskell (2002, p. 82-83) acerca do momento da entrevista individual com os profissionais das redações, que exercem a atuação como curador das notícias.

É importante notar que a presente pesquisa representa um recorte social dos jornalistas que atuam como curadores de notícias e, com isso, avança ao apresentar uma maneira de representar socialmente a categoria e, também, uma forma de conhecimento social. Como define Flick (1998, p. 44), “este conhecimento é partilhado por aqueles que são membros de um grupo social específico e que é diferente do conhecimento partilhado em outros grupos sociais”. Com isso, a presente pesquisa teve o conhecimento episódico para complementar a investigação científica da tese.

Conhecimento episódico é parte do conhecimento do mundo, cuja outra parte - correspondendo a memória semântica - é o conhecimento geral (isto é, não concreto, ancorado situacionalmente, por exemplo, conhecimento conceptual, conhecimento de regras, conhecimento de esquemas de eventos (STRUBE, 1989, p. 13).

Quando questionados, no início da entrevista, se os entrevistados se identificavam como jornalistas ou como curador(a) de notícias foi unânime as respostas, tendo 100% respondidos que eram jornalistas, como pode ser observado no gráfico abaixo. Inclusive, os que exerciam a curadoria de notícias como atividade profissional não se observavam como curadores de notícias e, sim, como jornalistas.

Gráfico 1 – Você se considera jornalista ou curador(a) de notícias?



Fonte: Autoria própria (2024).

Diante da resposta unânime de todos os entrevistados, é possível observar que eles se identificam como jornalistas que também fazem curadoria de notícias e não se veem participando do início de uma nova profissão, que está surgindo, como era pensado como uma hipótese no início da presente pesquisa. Como relata a entrevistada 2, do veículo B:

Na verdade, toda minha vida eu trabalhei pra veículo, né? Mais de 13 anos, sabe? Jornal impresso, site, revista. E hoje eu trabalho pra um conglomerado de mídia. Eu sou jornalista que faz também curadoria. Entende. É uma mescla, sabe?

Em relação à visão da identidade profissional todos os entrevistados percebem as atribuições profissionais de curadoria das notícias. Mas, sendo exercida por um jornalista. Tanto é que a entrevistada 1, do veículo A, foi categórica ao afirmar: “sou jornalista. Eu acho que a curadoria de notícias tá abaixo disso aí. Assim, eu sou jornalista, e trabalho como curadora de notícias”. Demonstrando claramente em sua resposta que o jornalismo é o campo original de sua atuação profissional, tendo na curadoria de notícias a sua atuação como um segmento da própria profissão. Enquanto, o entrevistado 5, do veículo B, teve uma resposta unanime:

Vejo-me como um jornalista. Sinto-me seguro, pois, compreendo que ao me ver como jornalista reconheço que desempenho um trabalho de apuração/investigação, entrevista, checagem, publicação e acompanhamento da repercussão. Diferente de um curador de notícias que, na minha avaliação, atua como um selecionador de materiais já prontos.

Com isso, observa-se o compromisso social com a responsabilidade jornalística diante da sociedade com a repercussão do próprio trabalho jornalístico. Do mesmo modo, observa-se na figura do curador de notícias essa mesma preocupação com o compromisso social. Além da organização do conteúdo curatorial para a audiência já previamente selecionada por se tratar, na maioria dos casos, de segmentos de públicos. Como analisa o entrevistado 1 do veículo B sobre a influência da curadoria de notícias no jornalismo:

Eu acho que a curadoria de notícias se constitui um novo canal de distribuição, de contato com audiência e já acredito adiante assim, das

peessoas selecionarem curadorias temáticas, né, pra não ter que procurar o que elas gostam. Então, vai se receber ali, né, direto pra elas as notícias que já interessam. Então, pro jornalismo acaba isso conectando com a audiência interessada de um público-alvo, né? E é mais um lugar ali de exposição, né, do nosso trabalho jornalístico. O negócio é acompanhar o mercado e a tecnologia que vai influenciando. Hoje, a gente tem várias plataformas que entregam curadorias, como o *Substack*, por exemplo, é de graça. Mas, eu acho que em algum momento também não vai ser mais de graça. Hoje, o que tem de novo lá é que, por exemplo, eles estão colocando o áudio, a opção de áudio para incluir na *newsletter*. Então, isso já é uma mudança. Eu acho que essa inovação da curadoria de voz em que entregamos alguns áudios mensais para os assinantes no WhatsApp, o que aproxima mais, porque a fala tem essa troca maior, né? Energética, tem a coisa do sotaque, então acho que uma novidade podem ser as curadorias em áudios também.

Dessa maneira, é viável afirmar como defende Castilho que os jornalistas são atualmente os profissionais mais aptos para assumirem a curadoria de notícias pois,

Os jornalistas, por treinamento e experiência, estão entre os indivíduos mais capacitados a desenvolver a curadoria de informações porque dispõem dos conhecimentos necessários para identificar a relevância, pertinência e confiabilidade de dados, fatos, eventos e notícias. Além disso tem capacitação profissional para formatar conteúdos informativos visando a maximização da sua comunicabilidade (CASTILHO, 2015, p. 39).

Assim, autores como Scoble (2010, p. 55) apresentam os curadores de notícias comparando-os aos praticantes de uma grande alquimia informativa a quem é atribuída a responsabilidade de “combinar átomos informativos para criar uma info-molécula”, ao observar que na versatilidade do ambiente digital encontram-se possibilidades de utilizar todos os veículos de comunicação em um mesmo local, sendo permitido vídeo, áudio (através do *podcast*), texto e fotografia. Ou seja, todas as possibilidades em uma única plataforma de disseminação de conteúdo alcançando o público de uma maneira gratuita sem nenhum tipo de cobrança financeira. Enquanto Kissane (2011, p. 66) identifica o curador como um “fertilizador de informações” por acreditar que a função encontra-se inteiramente vinculada à incorporação de valor a dados e notícias com o objetivo de destacar a relevância para o nicho específico do seu público-alvo. O entrevistado 4, do veículo B afirma que sempre considerou o jornalismo em si uma curadoria, assim explicando sua posição:

É um termo que eu acho que deve estar em voga pela concorrência que a gente tem das redes sociais e da internet. Mas, eu acho que a

essência do jornalismo sempre foi de curadoria. O trabalho jornalístico em ser um trabalho de curadoria, de você diminuir um determinado texto. A gente, no dia a dia, a gente já faz esse trabalho. Então, eu acho que é um termo que está em voga, talvez com uma inserção maior a partir da observação e reflexão de um contexto de internet e de rede social.

São tantas informações que precisam ser organizadas neste oceano turbulento de dados, sendo imprescindível a presença de um maestro para orquestrar tudo, que se denomina atualmente de curador de notícias, mas que pode, em certa medida mais restrita ao ambiente analógico, corresponder ao que, tradicionalmente, se atribuía à função do editor. A pessoa responsável em organizar, selecionar, agrupar, decodificar os dados para que sejam acessíveis e fáceis para serem utilizados pelo público. A partir do olhar para as características do ofício se faz possível observar um dos atores da presente investigação e se debruçar para o profissional que executa a curadoria das notícias, que é também conhecido e chamado como curador de informação, curador de conteúdo, curador de notícias e/ou jornalista-curador.

O jornalista curador seria o responsável por reunir conteúdos de temas semelhantes ou de dar visibilidade àqueles que, dentro de um contexto, possam ser mais relevantes, baseado em sua experiência profissional, suas subjetividades e também em valores-notícia, como já ocorre hoje, porém com o olhar mais próximo dos anseios do espectador, que agora expressa claramente o que lhe parece mais interessante e compreendendo as particularidades comunicacionais de cada uma das plataformas a que os conteúdos se destinam (ZENIDARCI, 2019, p. 48).

De acordo com Bhargava (2009) o curador da notícia configura uma pessoa que continuamente encontra, seleciona, agrupa, organiza e compartilha o conteúdo mais relevante de um tema específico para o seu público-alvo. Dessa maneira, salienta-se que a característica da atividade continuada desse processo é o componente mais importante de tal trabalho.

Para Dale (2014), há cinco conjuntos de habilidades e competências requeridas para o curador de conteúdos, sendo elas: a) uso de ferramentas, incluindo a proficiência no uso de mídias sociais, buscadores, agregadores de conteúdos etc., para encontrar e filtrar informação digital relevante; b) organização da informação, referindo-se a atividades como categorização, etiquetagem, classificação, entre outras; c) relacionamento, significando a capacidade de participar em redes pessoais e profissionais para engajar e melhorar a aprendizagem; d) pensamento crítico e atribuição de sentido, para agregar valor aos conteúdos curados; e e) agregação de *insight* e de valor por meio de técnicas como o *storytelling* (Carvalho, 2020, p. 183).

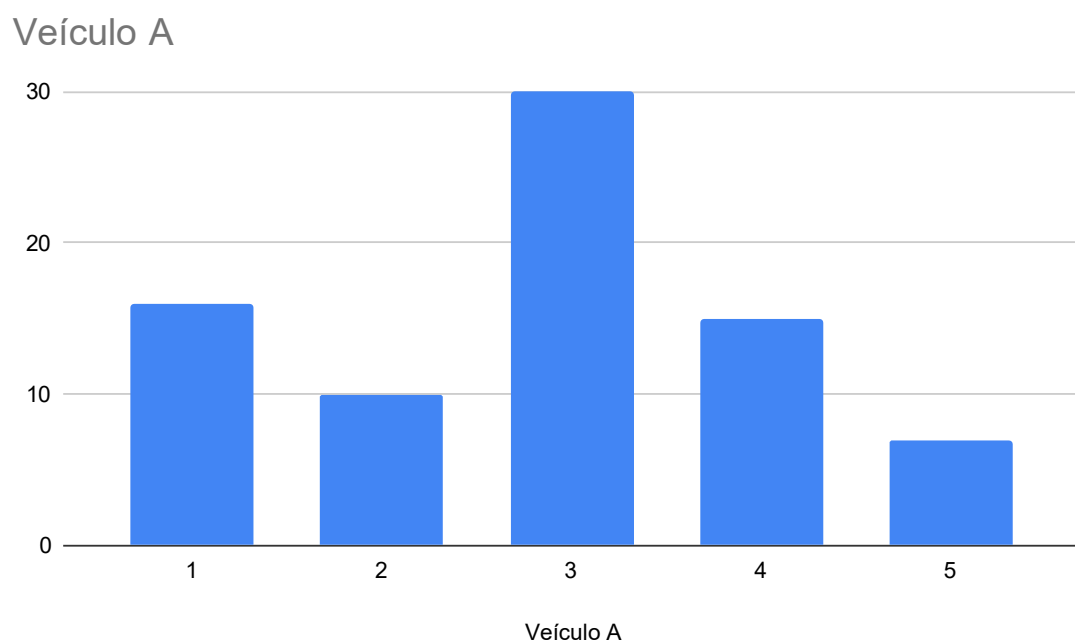
É imprescindível comparar as características apresentadas anteriormente acerca do curador de notícias com as competências essenciais que o mercado irá requerer dos profissionais contemporâneos nos próximos anos, segundo o *Institute for the Future for the University of Phoenix Research Institute* (2014):

a) Gestão de conteúdos, que significa a capacidade para distinguir e filtrar informação por importância, e de entender como maximizar o funcionamento cognitivo, usando várias ferramentas e técnicas; b) construção de significado mais profundo do que está expresso; c) competência em informação, que é a capacidade de avaliar criticamente, criar conteúdos e envolver os públicos utilizando novas ferramentas tecnológicas (ERNESTO, 2014, s/p).

Assim, observa-se que as novas habilidades profissionais requeridas e, incluindo as atuais habilidades necessárias para a sobrevivência neste mercado, caminham lado a lado com as competências demandadas ao curador de notícias. Dessa maneira, apesar dos entrevistados não se verem como curadores de notícias, mas, na prática o que eles desenvolvem no próprio trabalho na redação jornalística já é a curadoria das notícias, de fato.

Outro dado pessoal importante sobre amostragem é que todos os entrevistados têm vários anos exercendo a profissão. Com isso, é possível ressaltar que eles vivenciaram de maneira prática no cotidiano profissional, a curadoria de notícias. Como é possível observar nos gráficos abaixo:

Gráfico 2 – Tempo de atuação jornalística dos entrevistados no veículo A

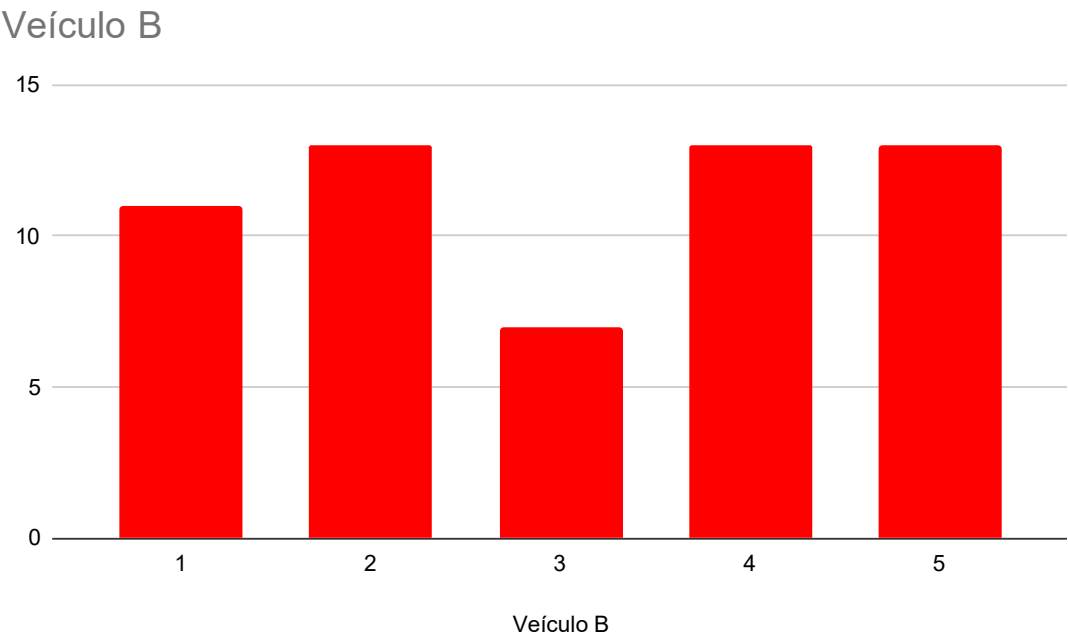


Fonte: Autoria própria (2024).

Observa-se que no veículo A, o entrevistado 3 possui 30 anos de atuação jornalística, sendo o entrevistado de toda a pesquisa com mais tempo de contribuição profissional. Logo depois, temos o entrevistado 1 com 16 anos de atividade profissional, seguido do entrevistado 4 com 15 anos de labuta. A pesquisa identifica que o entrevistado 2 possui uma década de atividade profissional, enquanto o entrevistado 5 é o de com menor tempo profissional com 7 anos de trabalho profissional. Totalizando a soma dos anos de atividade de todos os entrevistados, tem-se neste grupo 78 anos de entrega ao exercício profissional do jornalismo. Ou seja, representando uma amostragem bastante experiente e pronta para diálogos profundos sobre o fenômeno atual que eles estão sentindo na pele com as mudanças profissionais do fenômeno da curadoria de notícias.

A partir deste cenário identificado no veículo A, a presente tese analisa um estudo comparativo com a amostragem da pesquisa relacionada ao veículo B, tendo no gráfico 3, a seguinte representação em relação ao tempo de atuação jornalística dos entrevistados:

Gráfico 3 – Tempo de atuação jornalística dos entrevistados no veículo B



Fonte: Autoria própria (2024).

É identificado que no veículo B que os profissionais registrados na amostragem com mais tempo de atuação jornalística são os entrevistados 2, 4 e 5 todos com 13 anos de atividade profissional. Logo em seguida, encontra-se o entrevistado 1 com 11 anos e, por último, o entrevistado 3 com 7 anos de serviços profissionais. Dessa maneira, o veículo B soma 57 anos de tempo de dedicação ao trabalho jornalístico. Portanto, somando-se o tempo de atuação profissional dos jornalistas do veículo A com o veículo B, tem-se um tempo total de 135 anos de atividade profissional que foram compilados na presente tese.

Outro aspecto relevante da presente tese é a amostragem ser composta de equidade no quantitativo de gêneros participantes, sendo formada por 50% de homens e 50% de mulheres. E, com isso, tende a ter uma equidade na representação dos gêneros na pesquisa como é possível observar no gráfico 4:

Gráfico 4 – Amostragem da pesquisa segundo gênero:



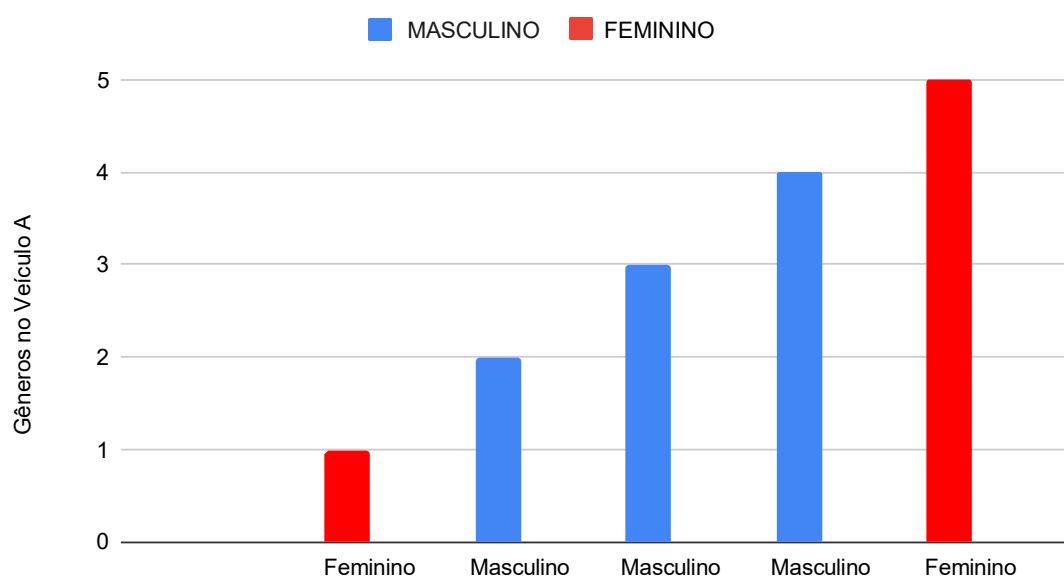
Fonte: Autoria própria (2024).

Com isso, pretende-se com a diversidade de gênero apresentar um maior aprofundamento sobre as questões que perpassam a mente dos profissionais que compõe a redação jornalística dos veículos A e B, respeitando as diferenças entre os indivíduos para uma maior e melhor compreensão sobre o objeto deste estudo: a curadoria de notícias no Brasil como um contributo para a qualidade do jornalismo.

Pensando na diversidade de gênero na escolha da amostragem de cada veículo foi realizado os gráficos 5 e 6 para especificar o gênero de cada um dos entrevistados, de cada um dos veículos, como é possível observar abaixo:

Gráfico 5 – Gênero dos entrevistados do veículo A

Gêneros no Veículo A

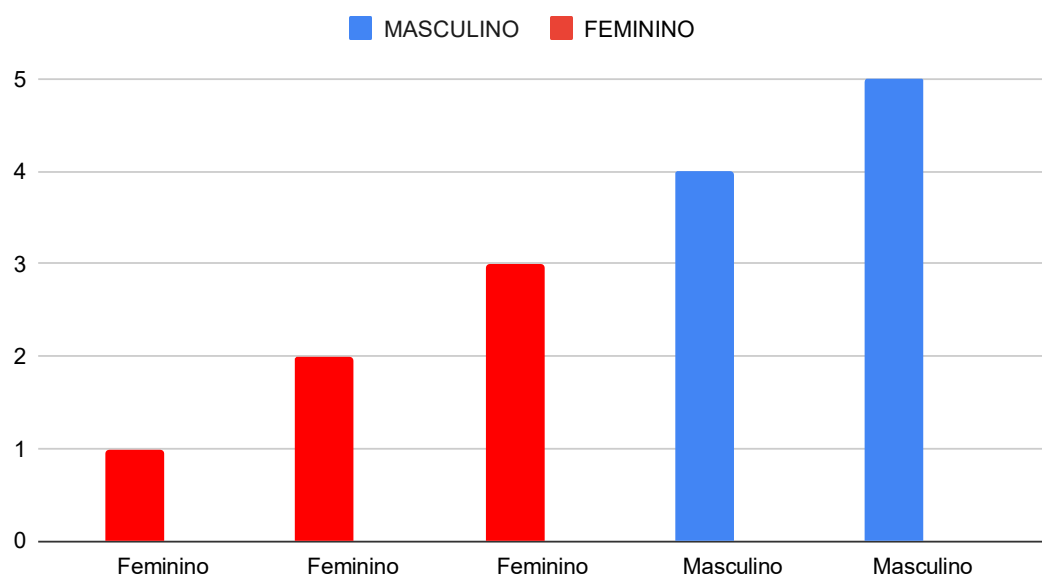


Fonte: Autoria própria.

Observa-se, que a amostragem do veículo A corresponde aos jornalistas com maior tempo de atuação do exercício profissional, sendo um grupo composto por três homens e duas mulheres. Enquanto, o gráfico 6 apresenta a representatividade de gênero do veículo B:

Gráfico 6 – Gênero dos entrevistados do veículo B

Gêneros no Veículo B



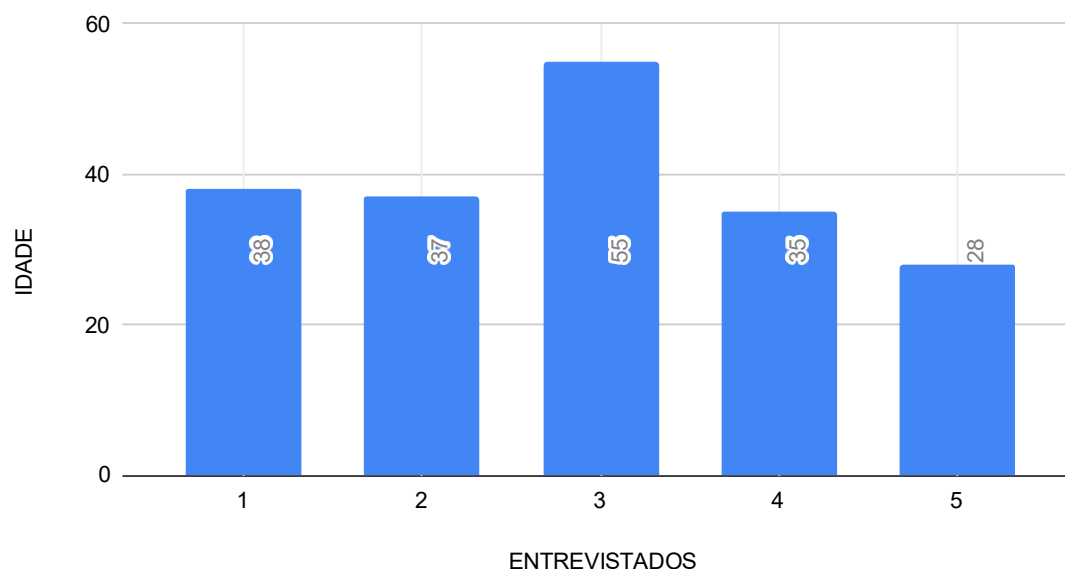
Fonte: Autoria própria.

Dessa maneira, a pesquisa teve uma significativa representatividade na amostragem com três mulheres e dois homens, no veículo B. Sendo assim, verificou-se um equilíbrio entre a quantidade de homens e mulheres totais presentes para apresentar o cenário mais fidedigno possível do mercado jornalístico atual sobre o campo da curadoria de notícias, com a participação total de cinco homens e cinco mulheres na presente pesquisa.

Outro cuidado com a amostragem para a presente pesquisa correspondeu também à preocupação em inserir várias gerações para responder as perguntas, possibilitando a identificação das duas gerações X e Y, sendo representadas na amostragem da presente pesquisa. Pode-se exemplificar a participação de entrevistado da geração X, que corresponde aos nascidos entre 1965 e 1982, e da geração Y, que corresponde aos nascidos entre 1982 e 1994, atuando juntos na curadoria de notícias, como é possível observar no gráfico 7 em relação ao veículo A:

Gráfico 7 – Classificação etária da amostragem de pesquisa do veículo A

Veículo A

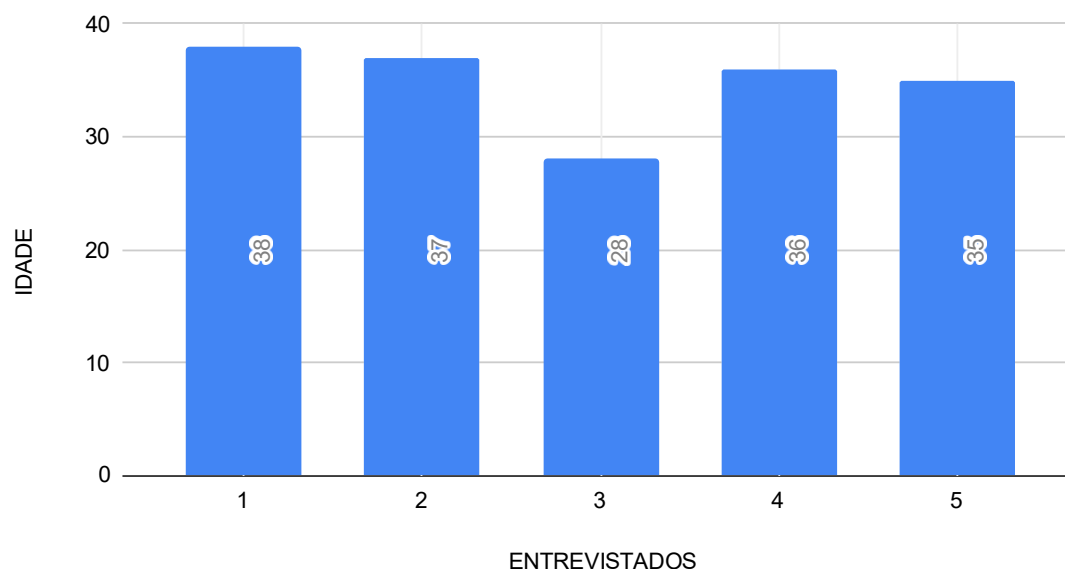


Fonte: Autoria própria.

Observa-se que o veículo A possui a pessoa mais experiente de toda a amostragem da presente pesquisa. Tendo uma média aritmética de 38 anos e seis meses o grupo. Enquanto, que os entrevistados do veículo B possuem uma média aritmética de 34 anos e oito meses, como é possível observar no gráfico 8 abaixo:

Gráfico 8 – Classificação etária da amostragem de pesquisa do veículo B

Veículo B



Fonte: Autoria própria.

Ao conhecer as características peculiares da amostragem, a presente tese avança apresentando as Formações Discursivas (FD) e as Sequências Discursivas (SD) identificadas após a análise individual de cada uma das entrevistas episódicas realizadas. É importante ressaltar que ao identificar o perfil de cada um dos entrevistados, foi possível perceber mais elementos simbólicos contidos nas respostas obtidas, como será observado a partir de agora com a primeira Formação Discursiva, tendo como base Benetti (2010).

5.1 Curadoria de notícias como solução para organizar as informações no ambiente digital, neste momento atual da avalanche informativa (FD1)

Dessa maneira, as entrevistas seguiram os direcionamentos da entrevista episódica. Além das Formações Discursivas e das Sequências Discursivas presentes em Benetti (2010), diante deste panorama, foi possível identificar que o fenômeno da curadoria das notícias ocorre por meio de um reflexo da sociedade em rede (Castells, 2010), tendo como principal característica as pessoas mergulhadas no oceano de informação. Com isso, observa-se a Formação Discursiva 1, na qual a curadoria de notícias apresenta-se como solução para organizar as informações no ambiente digital, no atual momento de avalanche informativa. Segundo a entrevistada 1 do veículo A:

Tem muita informação, né? E tem pouco tempo. E cada vez mais esse acesso de informação, as pessoas precisam... estão escolhendo formas de acessar essa informação de uma forma mais customizada para o que elas querem e para as experiências que fazem sentido. Então, acho que as curadorias elas de forma geral oferecem isso, tem vários modelos (...) A curadoria que entrega esse conteúdo específico, porque você não precisa ficar buscando em vários sites. Você tem ali 15, 90, uma newsletter que entrega uma curadoria de conteúdos para você se informar melhor sobre o assunto de seu interesse.

Ou seja, o receptor se transforma no consumidor de notícias escolhendo o quê consumir, o momento de consumir e por meio de qual plataforma comunicacional irá receber a informação. Como o entrevistado 4, do veículo B diferencia: “esse consumo de notícia diário que o jornalista tem, acredito que o cidadão comum, ele não vai ter essa mesma preocupação, sabe?” E apresenta a seguinte situação como exemplo para ilustrar o seu pensamento:

Evidentemente eu acho que a gente tem uma responsabilidade talvez de apresentar a notícia de maneira interessante e chamar a atenção do público. Por exemplo, um Jornal Nacional, né? Que a gente tem todo dia, às 20 horas da noite, aquilo ali tem que ser um produto que se faça interessante a partir de que você tem um contexto hoje de que de compartilhamento de imagens, no WhatsApp, então você caiu um prédio, você já tem essa informação no seu celular, né? O que é que esse jornal vai trazer de novidade? Qual é a discussão? Então, eu acho que talvez curadoria de notícia neste sentido, vai ser você selecionar o que de fato é importante e o que não é. E ao mesmo tempo, você trazer uma notícia que é verídica, uma notícia com a apuração. Porque, o jornalista passa essa credibilidade.

Dessa maneira, o público assume o protagonismo no mercado comunicacional e editorial, tendo acesso ao que realmente lhe interessa e, não, ao que, exclusivamente, o profissional de comunicação acredita que seja relevante ou do interesse dele, pois o conteúdo a ser disseminado na curadoria de notícias já passa naturalmente pelo crivo de seu receptor. Assim, é transformando o conceito dos critérios de noticiabilidade que passam a adotar como característica os gostos e curiosidades peculiares do receptor sobre a relevância social do fato noticiado, o que não acontecia anteriormente, como descreveu Traquina (2010), e como é possível identificar na entrevista episódica do entrevistado 2 do veículo A:

Mas, por exemplo, a Folha tem um manual de redação muito forte, muito presente na cultura da redação. Então, a gente recorre ao manual de redação sempre. A gente tem o estilo de escrever, a gente tem algumas regras a obedecer. Isso são coisas que, simbolicamente, aos poucos, ele mantém na caixa ali, naquela caixa da linha editorial.

Então, a curadoria é como um produto dessa linha editorial, ou... Desculpa, mas uma ação da empresa, ela encaixa aí, sabe? Então, a curadoria de notícias está a serviço desse jornalismo que eles acreditam como empresa, enfim, como profissional. É mais ou menos essa perspectiva, entende? Mas, quando eu olho para curadoria de notícias pensando no veículo grande e tal, até talvez no médio e pequeno veículo (a depender de como ele está posicionado no mercado). Eu acho que tem muito nesse sentido. Então, o jornalismo influencia a curadoria de notícias, principalmente quando ele é colocado nesse lugar de mercado, nesse lugar de venda, de produção industrial e larga escala de notícia.

Neste sentido, pela sua experiência de exercício profissional de 13 anos em redação, o entrevistado 2, do veículo A observa que o manual de redação do veículo que ele atua também influencia a escrita e o trabalho jornalístico na curadoria de notícias, sendo um produto desta linha editorial do próprio veículo, apresentando a seguinte ideia:

Eu vejo que o jornalismo em si já é um curador. É um termo que eu acho que deve estar em voga pela concorrência que a gente tem das redes sociais e da internet. Mas, eu acho que a essência do jornalismo sempre foi de curadoria. O trabalho jornalístico em ser um trabalho de curadoria, de você diminuir um determinado texto. A gente, no dia a dia, a gente já faz esse trabalho. Então, eu acho que é um termo que está em voga, talvez desde uma reflexão de um contexto de internet e de rede social.

Outro aspecto importante observado, a partir das entrevistas compreende a influência da empresa para incentivar que os profissionais estejam conectados através da compra de aparelhos tecnológicos atualizados para o exercício profissional, como é possível observar no relato do entrevistado 3 do veículo A:

Eu comecei, meu primeiro trabalho foi como freela em 1990, justamente no Estadão, comecei a publicar no Estadão, no jornal Estado de São Paulo. E fiz freela em outros jornais, como Gazeta de Pinheiros. Também, fiz freela pra Folha de São Paulo. Isso, ao longo da faculdade, pois eu entrei na faculdade em 1990. Mas, profissionalmente eu comecei com carteira assinado em 1994, no jornal Folha de São Paulo. E peguei todo esse início da internet no jornal, sabe! Porque foi a partir de 1995, timidamente, que a internet invadiu a redação, né? E esse início foi realmente muito devagar. A mudança mais radical tinha acontecido na década anterior quando teve a implantação dos computadores na redação, em ampla e larga escala. Lá nos anos 95, toda a redação já era computadorizada. Eu nunca tinha usado computador antes. Pois, na faculdade, embora a minha faculdade tenha sido boa na minha avaliação, ainda usávamos lá máquina de escrever. Então, assim a internet chegou em 1995 acho que o UOL era um dos primeiros portais que pertence ao Grupo Folha. Mas, tudo foi muito devagar em 1995 e 1996. A gente começou a ter redação online, ou seja, a primeira experiência online de portal noticioso no país chamava Folha Online, em meados de 1997. Só em 1999, que eu tive pela primeira vez um e-mail. Foi quando eu comprei

o computador pessoal. E na redação todo mundo já tinha, sabe. Era até meio *bullying*! Eu trabalhava em Mundo, que é o caderno internacional do jornal. E eu fiz o meu e-mail porque eu cobria a América Latina, então ligava pra fontes, né? Os argentinos, chilenos e eles já tinham e-mail. E, muitas vezes, falavam, me manda um e-mail. Como assim, e-mail? Então, precisei criar um e-mail e, depois, comprar meu computador pessoal para estar por dentro do que acontecia no mundo. Anos depois, lá pra 2010, eu fui comprar um *smartphone*, aí eu comprei o melhor da época, porque a Folha ajudava, ela pagava metade. Aí o meu primeiro *smartphone* foi o iPhone. Porque o jornal pagou a metade, era uma fortuna na época. Continua sendo, isso não mudou. E, aí a partir *smartphone* é que eu comecei a entrar mais nesse mundo online das redes sociais.

Com este relato é importante destacar o papel das universidades na formação dos novos profissionais e como a vivência do entrevistado 3 do veículo A, exemplifica a realidade de tantos estudantes de jornalismo no país. De aprenderem algo na instituição como o caso de registrar as matérias em máquinas de escrever e quando chegam nas redações a realidade é bem diferente. Infelizmente, o ensino superior do jornalismo apresenta lacunas entre a formação acadêmica e a prática profissional.

Com uma Sequência Discursiva (SD1) da Formação Discursiva 1 observada nas entrevistas, é possível perceber, durante a entrevista 4 do veículo A, a revelação de que no universo digital, existe um destaque para a curadoria de notícias referente aos assuntos que conquistam os *trends* do momento.

Antes, a gente ficava muito naquela bolha de redação de decidirmos o que é importante ou não, o que é notícia ou não em conversas na própria redação sem ter nenhum parâmetro quantitativo. E, hoje em dia, tem o parâmetro das redes sociais, tem o parâmetro do Google. Hoje em dia, estamos muito ligados no que tá sendo o *trends* no Google e, a partir disso, eles fazem as matérias para ter audiência, digamos assim, esses conteúdos que dá audiência. A partir do Google, e a partir de outras métricas também como *trending topics* no *Twitter* (SD1, da FD1).

Também, existe a pressão para os editores sobre a meta de acesso nos portais de notícia, Sobre isso, o entrevistado 4, do veículo B desabafa:

A empresa falava nessa seleção de notícias. Mas o que é que eu observava? Ela queria que a gente trouxesse uma notícia curada. Era um diferencial, um furo trabalhado, uma perspectiva diferenciada. Mas, quando a gente ia por esse caminho, a gente não tinha audiência. As notícias que davam mais audiência eram as matérias do dia a dia, por exemplo, em política teve no caso nas eleições em Minas Gerais, houve uma suspeita de drone que jogou fezes na militância do Partido dos Trabalhadores. Veja, isso não é uma notícia que é de uma curadoria, esse vídeo estava circulando em WhatsApp e já em alguns portais. Mas, a gente deu essa notícia e foi uma grande audiência.

Então veja, o que é a curadoria nesse sentido? Naquele contexto não estava funcionando. Então eu brigava contra a curadoria. Porque na verdade o que acontecia? Quando chegava no final do mês para bater meta de acesso se culpabilizava os editores, pela baixa audiência. Então, essas matérias que a gente colocava, que era do factual, por exemplo, um presidente do Senado passou pelo Presidente da República e não cumprimentou, essas coisas do dia a dia, mais factuais, e até mesmo o fato pitoresco, não estariam dentro dessa curadoria. Então pra sobrevivência do próprio veículo, né? É preciso você dar furos nessa curadoria e até mesmo competir com as redes sociais, né? Porque isso é notícia de rede social, né? De você estar compartilhando no Instagram, no Facebook. Então, o jornal muitas vezes pra chamar a atenção do próprio leitor ele rompe, né? Com a curadoria, né? Então eu acho que a curadoria é importante mas, em termos de estratégias muitas vezes ela pode não funcionar, entendeu?

A partir deste relato de desabafo vivenciado pelo entrevistado 4 do veículo B observa-se uma concepção de curadoria formal, distante e fria, podendo ser refletida de uma maneira equivocada acerca do próprio papel e função social da curadoria de notícias. Dessa maneira, é possível observar que a métrica quantitativa das plataformas digitais como os *trends* do *Google* ou *trending topics* do *Twitter* influencia não apenas no universo digital, mas também na curadoria de notícias. Porém, se torna também um critério de noticiabilidade para avaliar se aquele conteúdo que está sendo muito comentado no digital também irá para as demais plataformas comunicacionais do veículo, como o jornal impresso, a televisão, o rádio e os demais canais de comunicação. Como o entrevistado 4, do veículo A afirma: “porque está bombando na internet, mas se for um assunto de interesse jornalístico, a gente vai fazer matéria. E acaba virando um critério de noticiabilidade hoje em dia”. A partir deste novo “termômetro” da audiência, Mesquita (2002) identifica uma categorização complementar aos valores-notícias incorporando os *Trending Topics* (TTs):

A decisão do que será noticiado a partir do “termômetro” da audiência é evidenciada também com a incorporação dos *Trending Topics* (TTs), o que nos faz propor uma categorização complementar aos valores-notícia, ampliando e atualizando a tipologia de Wolf (1987). Segundo Padilha (2012, p. 210) “os valores-notícia compõem uma “lista” de atributos cujo fato (candidato à notícia) deve estar em consonância com pelo menos um deles”. A autora ainda entende que os valores-notícia preveem a existência de um conhecimento consensual sobre o que cerca o fato, coincidindo a visão do profissional com a do público. Assim, com relação aos *Trending Topics*, ao avaliarem a repercussão de um tema por ele figurar entre o que mais se comenta numa rede social de muitos seguidores, como o Twitter, os jornalistas estão assumindo que aquele tema é consenso também entre a audiência (MESQUITA, 2002, p. 89).

Com isso, o entrevistado 4 do veículo A lança uma crítica sobre essa métrica comumente utilizada na redação como sendo um novo critério de noticiabilidade e, assim, declara:

Hoje em dia, a gente vê que as redações estão cada vez mais enxutas e os profissionais que ainda resistem têm que para se manterem se preocuparem muito com assuntos que não são relevantes. Infelizmente, a gente vive essa era da internet de se preocupar muito com o que está dando audiência e, às vezes, esquece assuntos tão importantes. A gente esquece não, não tem tempo para fazer notícias mais importantes, em sermos mais profundos e levantar mais debates. E não ser, apenas, pautado pelos assuntos discutidos no universo digital, sabe!

Essa postura profissional descrita acima pelo entrevistado 4 do veículo A, que comumente está sendo observada nos profissionais de redação hoje, impacta o jornalismo e, conseqüentemente, a sociedade, pois, o jornalismo não se constitui o espelho da sociedade como diz a Teoria do Espelho⁹. Então, quando o jornalismo deixa de se apresentar como o espaço de debate público para as controversas interpretações das questões atuais da sociedade com isso, toda a sociedade perde a consciência e o referencial da direção para onde se está caminhando enquanto unidade social da própria humanidade.

Com isso, a presente pesquisa identifica o elemento central que conecta a relação bidirecional e influente do jornalismo com a curadoria de notícias: o algoritmo digital. Pois, é importante refletir que o algoritmo não é para reduzir a curadoria de notícias apenas ao trabalho do algoritmo digital, como se assim determinasse que o algoritmo digital tudo executa. Visto que a curadoria de notícias é algo maior, com a função de executar um melhor jornalismo, como função fundamental de garantir a qualidade da notícia e, não a predominância exclusiva do discurso dominante. Dessa maneira, o entrevistado 1 do veículo B observa sobre a influência das redes sociais em seu trabalho como jornalista:

Sim, totalmente e infelizmente, né? Observo a mudança na minha rotina profissional por conta das redes sociais acredito que, principalmente a gente precisa muito dessa distribuição nas redes

⁹ A Teoria do Espelho foi formada tendo fortes influências do conceito do Positivismo, que foi um movimento filosófico desenvolvido pelo francês Augusto Comte, no século XIX. Diante do Positivismo, o profissional jornalista se constitui em um comunicador desinteressado dos próprios interesses e visão de mundo para relatar a verdade dos fatos da maneira mais objetiva e imparcial possível. Dessa maneira, a Teoria do Espelho ensina que “as notícias são como são porque a realidade assim as determina, rejeitando qualquer componente narrativo jornalístico que não seja a completa descrição dos fatos como aconteceram e acentua a neutralidade do jornalista em aprofundar os assuntos” (CORREIA, 2016, s/n).

sociais, que é onde as pessoas estão e consomem informação, tudo. Então, a gente precisa se adaptar a isso também e a se colocar nesse lugar, de canal de informação nas redes sociais. Então, precisava estar antenado com as dinâmicas dos algoritmos, né, que agora, por exemplo, na produção de vídeos, entender como é que funciona e como é a melhor forma de chegar no público através das redes sociais. Eu vejo que as redes sociais impactam muito mais, porque a gente precisa se adequar ali ao formato que as redes estão impondo, que são as mais vendáveis, que os algoritmos mais entregam, de certa forma, por exemplo, se eu fosse fazer matéria antes de ter as redes, era um jeito de fazer matéria, porque eu fazia para o escrito, para o impresso e, agora, depois das redes muda completamente, né? É importante frisar que a curadoria de notícias é um canal muito interessante para o jornalismo investir, sobretudo porque essa relação direta, eu estou ali direto no e-mail do leitor. Então, eu não tenho intervenção de algoritmo para definir se vai ou não entregar meu conteúdo. Afinal, a curadoria não depende do algoritmo digital. Pois, a curadoria é esse canal direto com o público já precisa de canal de distribuição direto com o público, entende? Então, é mais um canal, mas como é um canal direto, que não tem algoritmo, que não está mudando a dinâmica a toda hora, sabe!

Castilho e Coelho (2014, p. 310) também reforçam o presente diálogo e avançam ao afirmar que a curadoria amplia “o valor de uso da notícia e confere ao jornalismo uma função na geração de conhecimento socialmente relevante que havia sido negligenciada quando as indústrias da comunicação jornalística privilegiaram o valor de troca do produto noticioso”. Neste sentido, é oportuna a presente reflexão de Carlson (2017) acerca da autonomia profissional jornalística:

Tratar o jornalismo como uma atividade produtora de conhecimento suscita questionamentos sobre sua base epistemológica (...). Operacionalmente, os procedimentos estabelecidos possibilitam a produção consistente de reivindicações de conhecimento – as notícias – dentro das organizações burocráticas. Os jornalistas são inculcados em regras e rotinas institucionalizadas dentro do jornalismo. Esses procedimentos são mais do que apenas funcionais; eles simultaneamente justificam por que essas práticas apoiam reivindicações de conhecimento. Tal justificação é necessária uma vez que a notícia é reconhecida não como um espelho dos acontecimentos, mas como um modo particular de contar histórias, baseado na pretensão de fornecer um relato preciso. A legitimidade do jornalismo como forma de produzir relatos verídicos de eventos no mundo está vinculada a seus procedimentos, bem como à exibição desses procedimentos em textos noticiosos – por exemplo, uma fonte citada ou um vídeo de um evento. (...) Para que os jornalistas produzam conhecimento, o público deve reconhecer seus procedimentos subjacentes como legítimos. Os jornalistas não podem forçar o público a aceitar suas contas, mas devem confiar na aceitação pública do conhecimento jornalístico (tradução livre da autora)¹⁰ (CARLSON, 2017, p. 17-18).

¹⁰ “Treating journalism as a knowledge-producing activity invites questions regarding its epistemological basis (...). Operationally, established procedures make possible the consistent

Por isso, se faz imprescindível destacar a autonomia do jornalista diante do exercício da profissão. Segundo Daniel Cornu (1994, p. 42), por meio do exercício dos “códigos deontológicos que visam essencialmente a formulação de regras profissionais praticáveis”, estes se constituem numa ferramenta prática para a defesa do profissional.

Têm por principal objetivo a defesa da reputação do jornalismo e a familiarização dos jornalistas principiantes com seus principais deveres. Estes últimos articulam-se à volta de alguns grandes eixos, presentes sob formas diversas na maior parte dos textos: a informação do público, no sentido de uma missão especial e reconhecida em democracia, que releva da liberdade de expressão e supõe por isso que seja garantida a liberdade dos meios de informação; o respeito pela verdade, como exigência fundamental de toda a informação; a dignidade da pessoa humana como limite à liberdade de informar, dignidade que é o valor primeiro da Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 (CORNU, 1994, p. 42-43).

Como ainda não foi redigido pelas entidades profissionais um código deontológico para os desafios específicos da era digital, a presente tese aponta, como uma necessidade urgente e atual, que os órgãos competentes se dediquem para elaborar a postura ética profissional necessária para quem atua na esfera da internet. Por exemplo, os influenciadores digitais ou blogueiros não são obrigados a retificar informações que foram reveladas inexatas ou falsas. Já para os profissionais de comunicação está previsto no código deontológico que eles assumam e corrijam o próprio erro, garantindo para a sociedade transparência no processo comunicacional. Como é possível observar na reflexão proposta por Castilho e Reinisch:

A verificação da exatidão e a certificação de credibilidade são dois principais elementos que diferenciam uma notícia produzida por jornalistas da divulgada por praticantes de atos jornalísticos. Os profissionais do jornalismo são regidos por normas e códigos de ética que estabelecem regras a serem seguidas em matéria de qualidade da

production of knowledge claims – the news – within bureaucratic organizations. Journalists are inculcated with rules and routines institutionalized within journalism. These procedures are more than just functional; they simultaneously justify why these practices support knowledge claims. Such justification is necessary once news is recognized not as a mirror of events but as a particular mode of storytelling predicated on the claim of providing an accurate account. The legitimacy of journalism as a way of producing truthful accounts of events in the world is bound up in its procedures as well as the display of these procedures within news texts – for example, a quoted source or a video of an event. (...) For journalists to produce knowledge, the audience must recognize their underlying procedures as legitimate. Journalists cannot force audiences to accept their accounts but must instead rely on the public acceptance of journalistic knowledge (CARLSON, 2017, p. 17-18).

informação publicada. Já os autônomos não estão submetidos aos mesmos padrões o que abre espaço para os curadores de notícias funcionarem como certificadores de credibilidade (CASTILHO; REINISCH., 2014, p. 35).

Sendo assim, é importante atualizar a sociedade com um código deontológico condizente com os desafios atuais na esfera digital e observar como países desenvolvidos, como o Canadá, estão respondendo a este problema atual como aponta o entrevistado 4 do veículo B:

A partir do momento que você vai fazendo teoricamente uma seleção dentro de principais fatos do dia, você cada dia mais vai perder cobertura jornalística. Então, eu acho que hoje do ponto de vista jornalístico, eu acho que a gente precisa de uma regulamentação dos meios de comunicação e das redes sociais. Sabe, porque a gente não tem como competir com qualidade com rede social. Um amigo meu, ele mora no Canadá. E eu mando os links de notícia de Instagram, de Facebook, e ele não consegue ler lá pois, o governo canadense bloqueou postagem de notícias em redes sociais. Porque para o governo canadense, Instagram, Facebook é entretenimento e não representa informação. Então, aqui no Brasil a gente vê o caso, por exemplo do Portal Choquei, lembra da história de Jéssica Vitória Canedo, de 22 anos, que se matou porque foi vítima de uma Fake News, de um suposto envolvimento amoroso com o comediante Whindersson Nunes e isso não tinha acontecido. Com a repercussão, a jovem se suicidou. Então, eu acho que a regulamentação das redes sociais e da profissão da gente pode representar uma mudança, um retorno para a qualidade na comunicação. Eu não vejo hoje um cenário positivo. Eu vejo um cenário muito mais negativo. A gente observa, por exemplo, as faculdades de comunicação com pouquíssimos alunos no curso de jornalismo. Hoje em dia, o pessoal fala que todo mundo pode fazer jornalismo. Aquela questão do diploma que não é obrigatório para o exercício da profissão. Antigamente eu achava que não teria impacto, mas infelizmente teve impacto sim. E, enfim, a gente tem milhares de pessoas que são blogueiras e que não são formados. Então, a gente hoje tem uma variedade muito grande de notícia e sem profissional qualificado e habilitado para isso. Eu acho que a gente precisa da regulamentação de rede social e da profissão da gente, sabe? Porque não dá do jeito que tá, não dá pra gente ficar: competindo com disparo em massa. Muitas vezes, a gente consegue ter até a narrativa verídica, mas a comunicação que sai por rede social, por WhatsApp, falando, por exemplo, que a urna eletrônica, ela pode ser fraudada. A sangria de informação errada, das Fake News são imensas que mesmo o próprio jornalismo com a verdade, ele não consegue competir com as notícias falsas. A própria verdade, ela se é pequena diante de um cenário de tanta informação negativa e falsa. Eu acho que só a caminho com a regulamentação de rede social e da profissão da gente pode contribuir.

De acordo com May e outros autores (2014) que investigam o impacto da curadoria de notícias sobre a escolha do conteúdo que os usuários leem, é possível identificar que a maioria das pessoas preferem conteúdos produzidos por profissionais jornalistas pela precisão e imparcialidade. Porém, cresce a influência dos outros usuários de mídias sociais, que atuam como referenciadores, influenciadores e blogueiros.

A partir da Formação Discursiva 2, é possível identificar a Sequência Discursiva 2 comentando como a curadoria de notícia entrega para a sociedade informação de qualidade, como afirma a entrevistada 3, do veículo B:

Então eu acho que a curadoria ela tem esse papel de ser feita por um veículo que a gente confie. A gente vai poder entregar para o público essa função de separar o que para a gente é importante e, também, o que é mais importante para a gente diante desse mundo de notícias que a sociedade não precisa nem pode ficar condicionado a isso diariamente, né? Então, eu acho que no futuro seria o ideal que os curadores tivessem essa função de filtrar o que de fato importa, pra que a gente se mantenha informado, mas não exageradamente ou desnecessariamente informado. Entende, tudo na justa medida, sabe?

As possibilidades futuras para o jornalismo curador também foi tema de uma das perguntas. Sendo questionada sobre isso, a entrevistada 1, do veículo A, vislumbrou caminhos possíveis:

Eu acho que a gente vai ter... Acho que essa coisa da curadoria, meio que é a “pegada” no momento. Talvez outros formatos que não seja só por e-mail. A gente tem uma curadora em áudio, no WhatsApp, que está crescendo. Eu acho que esse formato de curadora em áudio vai crescer. É uma aposta. E talvez outros modelos também. Que não seja o e-mail. Outras plataformas também, que possa entregar o conteúdo de outra forma, por outras vias, que não seja só o e-mail, porque o e-mail eu acho que ele atende hoje um público que é um público um pouco mais velho. Já pessoas mais jovens não têm muito essa vinculação com o e-mail. Então, eu não sei o que é que vai vir, mas acho que vai mudar a entrega do conteúdo da curadoria das notícias também.

Pensar o futuro do jornalismo diante de profundas mudanças e tantos desafios se faz imprescindível. Com isso, a visão do entrevistado 5 do veículo B merece a ser observada:

Para a curadoria, acredito que a tendência deve permanecer ao longo dos últimos anos, visto que a produção intermitente de notícias nas mais diversas plataformas é um caminho sem volta e cada vez mais o público tenderá a selecionar aquilo que de fato quer consumir. Sobre o jornalismo, prevejo que a inteligência artificial irá trazer transformações importantes e debates no campo da ética sobre o exercício da profissão influenciada por robôs que poderá ajudar na aproximação das pautas dos anseios da audiência a partir de dados coletados pelos algoritmos, mas ao mesmo tempo sob o risco de abrir mão da proximidade física, da rua e da observação historicamente fundamentais para a prática jornalística.

A curadoria das notícias influencia o jornalismo ou o jornalismo influencia a curadoria das notícias? Com essa pergunta, o entrevistado 2 do veículo A, levantou uma questão relevante que enriquece a reflexão ao afirmar:

Acredito que a influência seja do jornalismo praticado sobre a curadoria e, não, o contrário. Embora, a audiência esteja mais exigente ao mesmo tempo que a concorrência aumenta, o jornal mantém na sua linha editorial como uma espécie de forma do seu fazer jornalístico.

Sendo assim, é válido enfatizar o pensamento do teórico Mellucci (1996, p. 25) quando afirma que “estamos vivendo uma quebra de paradigmas no processo de transição de um contexto social, econômico, político, cultural e tecnológico baseado em procedimentos mecânico/industriais para outro contexto marcado pela coexistência de sistemas analógicos e digitais/pós-industriais”. E, neste contexto a curadoria de notícias se torna uma solução para organizar as informações no ambiente digital.

5.2 O algoritmo digital é o elemento que estabelece a relação bidirecional entre a influência que o jornalismo exerce na curadoria de notícias e, em contrapartida, a influência que a curadoria de notícias exerce no jornalismo

É importante dar continuidade à presente reflexão a partir do pensamento de Skiena (2008, p. 3) “[...] em que nas ciências da informação, algoritmo é um procedimento usado para executar uma determinada tarefa”. Dessa maneira, é necessário enfatizar que o surgimento dos algoritmos está intimamente intrínseco ao desafio de selecionar dados no ambiente digital, pois, quando o volume de informação, dados, fatos e eventos disponíveis na internet supera a capacidade humana para processar e decodificar, se faz necessário recorrer à tecnologia para a utilização de ferramentas aptas para realizar a filtragem e a seleção dos dados.

Um algoritmo é desenvolvido para resolver um problema e que, para executar esta tarefa, ele deve estar programado para processar os dados disponíveis e oferecer o resultado esperado. Os algoritmos operam a partir de bancos de dados e sua função é filtrar e selecionar o material arquivado. Embora eles sejam conhecidos desde os primórdios da matemática, foi na era digital que os algoritmos ganharam visibilidade ao serem associados à computação, onde se tornaram ubíquos (...) A variedade e quantidade de algoritmos existentes na internet são incalculáveis, pois qualquer programador pode desenvolver os seus próprios algoritmos para as funções desejadas. Os algoritmos programados para selecionar, agregar valor e disseminar informações são chamados de algoritmos curadores e se tornaram uma peça obrigatória nos sistemas de filtragem e seleção de dados (CASTILHO, 2015, p.50-51).

Assim é possível observar que, à medida que os usuários utilizem a web semântica, a curadoria algorítmica tende a crescer e a se desenvolver cada vez mais, sendo considerado um caminho sem retorno. Segundo Neal (2012), existe atualmente muita relevância na figura do curador para a sociedade em rede, uma vez que, “sem a curadoria algorítmica, a humanidade ingressaria na ignorância bem-informada porque teria à sua disposição muitos dados e pouca capacidade de processá-los”.

O principal efeito do uso da curadoria está na sua participação nos fluxos informativos responsáveis pela produção de conhecimento socialmente relevante. Essa abordagem nos leva à ideia de capital social, um conceito que engloba os recursos embutidos numa estrutura social e que são acessados ou usados em ações propositivas (LIN, 2006, p. 4).

Portanto, atualmente há um aumento constante no processamento de dados digitalizados assim como uma multiplicidade de possíveis significados que podem ser atribuídos a eles no momento. Dessa maneira, o algoritmo trabalha com a modalidade da curadoria de notícias tendo como referência a pesquisa anterior sobre os assuntos aos quais os usuários têm o hábito de dedicar seu tempo de navegação na internet. Por conseguinte, existem desafios na curadoria, principalmente quando envolve as comunidades de usuários como no Facebook, Instagram, TikTok, dentre outras plataformas digitais.

Por exemplo, o Facebook permite uma visibilidade do conteúdo por um tempo maior, uma vez que nem todas as atualizações dos “amigos” entram na nossa *timeline*. Isso acontece porque o Facebook, devido ao alto número de notificações geradas, decidiu introduzir um algoritmo chamado *Edgerank* para dosar o número de atualizações que aparecem na nossa *timeline* (COBO, 2012). Com o *Edgerank*, o Facebook tenta mostrar-nos somente aquelas publicações que crê que nos podem interessar mais, analisando a afinidade do usuário com as publicações, sua relevância, quantas interações geram e a antiguidade das publicações, favorecendo as mais recentes (COBO, 2012). Para que os veículos de comunicação tenham um *Edgerank* mais elevado e, portanto, suas publicações desfrutem de uma maior visibilidade nos perfis de seus seguidores, COBO (2012) recomenda que os meios promovam uma interação dos usuários com seus conteúdos no Facebook (Mesquita, 2002, p. 80).

A observação do momento atual evidencia o importante fato de que, na primeira década do século XXI, a execução da pesquisa ocorreu, predominantemente, através de sistemas automáticos com a menor interferência humana possível. Um exemplo disso é o Google News, que se utiliza de

algoritmos para selecionar as notícias divulgadas pela imprensa mundial para elaborar um boletim customizado para os seus usuários. Dessa maneira, Ross Dawson (2012, p. 25) classifica as três características essenciais da prática da curadoria:

a) identificação da utilidade e relevância da informação oferecida ao público; b) incorporação de valor por meio da pesquisa dos dados selecionados, o que exige capacitação e formação acadêmica do ou dos responsáveis pela curadoria; c) a atividade somente cumprirá sua função se estiver voltada para o compartilhamento de conhecimentos entre membros de uma comunidade, visando a formação de capital intelectual coletivo.

É imprescindível refletir, como faz Skiena (2008, p. 5), ao observar que, nas plataformas digitais, “a produção ou design de algoritmos tornou-se algo tão essencial ao funcionamento da internet e da Web, que sem eles ambas seriam inviáveis como sistemas de produção de conhecimento”. Parker (2015, s/n) se dedicou a estudar o desenvolvimento de curadoria algorítmica, descrevendo, assim, a atividade empresarial:

O desenvolvimento de algoritmos curadores tornou-se uma das atividades mais lucrativas na economia digital. As grandes empresas de comércio eletrônico foram as primeiras a procurar nesta tecnologia uma forma de gerar conteúdos informativos para atrair e fidelizar clientes e *stakeholders* (protagonistas de um negócio), a partir do noticiário jornalístico e de blogs pessoais. Segundo o site *Business Insider*, as grandes corporações investiram, só em 2011, um total de 16,6 bilhões de dólares no desenvolvimento de sistemas de curadoria informativa, tanto humana como algorítmica, destinados a fornecer conteúdos noticiosos para projetos de marketing de empresas de comércio eletrônico (PARKER, 2015, s/n).

Por outro lado, esse sistema pensante automatizado chamado algoritmo mapeia conteúdos que reforçam a ideia original ou o posicionamento inicial do usuário evitando que ele aprenda e encare o contraste, o novo, o diferente. Logo, a novidade ou a notícia visualizada no *feed* de notícias nada mais é que o mesmo, sendo apresentado com uma nova roupagem, layout e designer. Também, é válido enfatizar que, segundo Saad Correa e Bertocchi (2012), a alta demanda no mercado de informação provocou que empresas jornalísticas investissem e usassem cada vez mais processos algorítmicos para acelerar a produção de notícias e, como resultado disso, já foi produzida no Brasil uma matéria 100% escrita por um robô que publicada no portal G1, no dia 1º de janeiro de 2021.

A curadoria, assim como outras atividades situadas no campo da comunicação, enfrenta três problemas estudados por Shannon e Weaver (1971, p. 4): a) problemas técnicos – quando há alteração no formato original da mensagem; b) problemas semânticos – grau de precisão na transmissão do significado desejado; c) problemas cognitivos – como a mensagem recebida afetou o comportamento e/ou os valores do receptor. O principal desafio da curadoria é o problema cognitivo. A transmissão impessoal à distância é complicada e pouco contextualizada (BOISOT, 1995, p. 103).

A partir deste olhar sobre a ajuda que o elemento do algoritmo realiza no trabalho de organização do conteúdo disseminado no universo digital, torna-se imprescindível problematizar a influência que o instrumento do algoritmo exerce nos assuntos que são discutidos no universo digital e, conseqüentemente, no jornalismo praticado nas redações, o que se evidenciou como uma percepção quase unânime nos depoimentos dos jornalistas os entrevistados. Por isso, identificamos a Formação Discursiva 2 que analisa o algoritmo digital como o elemento que estabelece a relação bidirecional entre a influência que o jornalismo exerce na curadoria de notícias e, em contrapartida, a influência que a curadoria de notícias exerce no jornalismo. Neste sentido, destaca-se a perspectiva da entrevistada 3 do veículo B,

De certa forma sim. Na mesma medida, se você considera, por exemplo, que a assessoria de imprensa influencia o jornalismo nas redações e a rotina das redações também influencia determinadas escolhas da assessoria de imprensa, como dias e horários de coletivas de imprensa, por exemplo. Ninguém marca coletiva de imprensa em horários de fechamento dos jornais, né verdade? Eu acho que a curadoria de notícias já começa e é feito todos os dias quando o pauteiro está lá preparando a pauta. Cada vez mais a gente tem menos saídas nas redações. Essa figura do pauteiro, para mim, foi o primeiro curador de notícias na redação. Pois, ele acaba fazendo uma curadoria. Dizendo o que os outros veículos estão falando para pensar nas pautas. Então, eu acho que a curadoria, ela vem assim, muito nesse sentido, sabe? Faz cada vez mais parte, eu acho, também do trabalho mesmo. Entende? Eu acho que a gente está sistematizando muito uma coisa que já existia um pouco, sabe?

É possível denominar essas mudanças que a entrevistada 3 do veículo B descreveu como transformações sutis que surgem, mas que precisam de algo impactante para que o indivíduo venha a perceber essas alterações em diversos paradigmas pré-instalados no cenário social, como é possível observar no relato atento do entrevistado 3 do veículo A:

A força das redes sociais começa a se mostrar a partir de 2012, 2013. Muito claramente a influência da internet e do jornalismo, ampliou ainda mais na era das redes sociais. Nisso é só você comparar duas capas, uma do Estado de São Paulo e outra da Folha de São Paulo, que praticamente são idênticas. As manchetes são quase literalmente a mesma. A foto principal muitas vezes é a mesma. A segunda foto principal remete ao mesmo assunto, só que utilizando fotos diferentes, sabe! Esse fenômeno dos jornais serem tão iguais me remete a um texto do professor Carlos Eduardo Lins da Silva, que contou a história de um fato que aconteceu nos anos 90, nos Estados Unidos, na cidade de Pittsburgh. Tinham dois grandes jornais, numa época em que cidades como Pittsburgh tinham grandes jornais mesmo e aí teve uma greve dos entregadores. E, com isso, a cidade ficou sem jornal. E aí o que aconteceu? No dia seguinte começaram a cair as assinaturas dos jornais. Porque as pessoas descobriram que elas não eram tão dependentes do jornal. Os jornais começaram a registrar pedidos de cancelamento da assinatura pois, as pessoas descobriram que elas não precisavam ler jornais todos os dias. E com a internet, os jornais se tornaram muito iguais. Porque quando os jornalistas vão fechar o jornal à noite, eles vão olhar qual que é a manchete da Folha de São Paulo, qual que é a manchete do Estadão. Eu estou destacando os jornais impressos, mas, o jornalismo televisivo, eles são muito parecidos também por causa da influência das redes sociais. Hoje, o jornalismo separa uma parte do telejornal para repercutir as notícias que estão impactando nas redes sociais. Para mim, isso é um cúmulo da decadência do jornalismo sim.

Muito comum entre os jornalistas é o hábito cotidiano de observar o que foi publicado por cada veículo de comunicação, com o medo de não ter levado o tão famoso furo jornalístico. Sobre isso, o entrevistado 5 do veículo B comenta da seguinte forma:

Um replicando o que o outro faz, né? E, dessa maneira, os veículos que acabam empatando, tudo igualzinho. Por exemplo, o *TikTok*, qualquer pessoa vai poder entrar basta ter acesso à internet, podendo conferir o que tá acontecendo. Mas, publica um veículo e o outro replica... Eu acho que é meio que a onda do momento. A onda realmente dos veículos de comunicação, mas eu acredito que isso vai ser acentuado daqui a alguns anos ainda mais!

Com isso, o entrevistado 5 do veículo B é categórico ao afirmar que: “acredito que a influência seja do jornalismo praticado sobre a curadoria e, não, o contrário”. Apesar de fazer a seguinte ressalva: “embora, a audiência esteja mais exigente, ao mesmo tempo que, a concorrência aumenta, o jornal mantém na sua linha editorial como uma espécie de forma do seu fazer jornalístico”. A entrevistada 5 do veículo, por sua vez, considerou que a influência é mútua, sendo mais forte do digital para o jornal, justificando a sua posição da seguinte maneira:

As redes sociais pautam a redação. Sim, principalmente o *TikTok*. Eu acho que as discussões que existem no *TikTok* servem como um gancho para várias pautas jornalísticas. Por exemplo, aquele

movimento VAT, (Vida Além do Trabalho), que é o contra a escala 6 por 1, que foi um movimento orgânico que surgiu no *TikTok* e com uma *hashtag*, tem mais de 8 milhões e começaram a fazer matérias a partir disso. Então, acho que existe sim um apelo enorme ali, principalmente no *TikTok*. E não só de movimentos, mas também de pessoas, né? As pessoas viram ali uma forma dos jornalistas também entram nesse rol, de se comunicar e perceber também que é de uma forma muito nichada, são conteúdos muito nichados. Sei lá, uma *hashtag*, um dia de trabalho. Então, são conteúdos nichados, mas que de uma forma ou de outra influenciam, seja para o bem, seja para o mal. Acho também que o modelo de trabalho empurrou todos nós, um pouco pra essa onda das pessoas, dos jornalistas de só sentarem na cadeira e pesquisarem o que está rolando nas redes sociais e enfim, produzirem pautas a partir daquilo. Sim, inclusive é um pedido né, pra gente ficar de olho no que tá acontecendo, no que tá sendo discutido nas redes sociais, no meu caso não existe tanto essa necessidade, por exemplo, de acompanhar no *Twitter*, sabe? O que é que estão discutindo. A partir dali eu tenho uma matéria. Mas, é comum. Não é frequente, mas acontece ali uma vez ou outra de ter matérias a partir de assuntos que viralizaram no *TikTok*. E aí acaba sendo um retroalimentar, sabe!

Esse fenômeno de retroalimentação das plataformas multimídias e veículos de comunicação foi abordado por quase todos os entrevistados, como pode ser constatado na afirmação da entrevistada 5 do veículo A, ao descrever a sensação de que cada jornal se torna refém um do outro pela replicação:

Por exemplo, volto para a questão de cada jornal, replicar um a outro, tá? Se o jornal publicou uma matéria e aí... Você se torna refém daquilo mesmo que não seja o seu foco, a sua linha, e que você não tenha pensado que aquilo seria importante. Acho que a curadoria de notícias, ao mesmo tempo que ela é importante para filtrar, para dar visibilidade para assuntos, muitas vezes que são jogados para debaixo do tapete, ela, em alguns casos, torna muito jornalistas, eu acho, refém de certos conteúdos e linhas editoriais.

Para Mello (2015), é imprescindível atuar com curadorias humanas e algorítmicas no ambiente digital. Neste contexto, o jornalista, um grande camaleão no mercado midiático, assume o desafio de organizar e verificar a veracidade das informações veiculadas no universo digital, assumindo a função social de curador das notícias. Aquele profissional que vai ter como principais missões: facilitar o acesso à informação fundamentada e combater as *fakes News*. O cenário das redações é analisado da seguinte forma pela entrevistada 5 do veículo A:

Eu acho que as redações precisam ser, acima de tudo, descentralizadas. A gente fala muito de inteligência artificial nas redações. E eu vejo que a inteligência artificial pode ajudar a curadoria de notícias no sentido do processo de alimentação das informações. Para você poder agilizar, a inteligência artificial pois assim, a parte

humana, a pessoa, o jornalista, consegue dedicar mais tempo a outra parte da curadoria, que só um ser humano, só um jornalista bem-preparado consegue fazer. E eu acho que vai ter que ser isso, você conseguir aliar essas novas tecnologias. Eu acho que o jornalista do futuro precisa usar ao seu favor essas tecnologias aliadas ao próprio trabalho para poder realizar mais essa curadoria descentralizada. Não tem como ser feito uma curadoria ampla e que abrace todos os assuntos, não, mas boa parte dos assuntos que está acontecendo no Brasil, sem pessoas de outras regiões, além do eixo, Rio e São Paulo. Então, precisam ter pessoas de outras regiões, pessoas pretas, mulheres, pessoas trans. E digo isso porque, a criatividade e a inovação, ela só vai conseguir chegar em uma redação com uma redação contemplando as minorias. E ali numa equipe que está fazendo curadoria de notícias, se não for diversa, por exemplo, dez homens, vamos pensar aqui em uma equipe de cinco pessoas que estão fazendo curadoria de notícias. São cinco homens, brancos e de São Paulo. Dessa forma, não tem a menor possibilidade dessa curadoria de notícias ter criatividade e inovação. Porque são as mesmas cabeças pensando a mesma coisa. Então, eu acredito que a gente só vai ter realmente. E essa curadoria vai resolver, sendo diversa e plural, até os problemas que às vezes fazem os jornalistas se tornarem reféns. E aí as pessoas até com muito, acham, a diversidade é só por isso, só para ter mais pessoas, incluir mais pessoas. É claro, isso é importante, inclusão, né? Inclusão no ambiente de trabalho. Mas, também para realmente ter criatividade e inovação. E o jornalismo está precisando de criatividade e inovação. A gente está passando por uma crise, né? Que é principalmente financeira. E a gente precisa mais do que nunca de criatividade e inovação. Isso só vamos conseguir com equipes diversas. E a vivência cultural, a forma de ver o mundo precisa ser diferente para poder ter esse crescimento, né? Infelizmente, as pessoas enxergam o conflito na redação como algo ruim, né? Ah, não, vamos botar todo mundo aqui no mesmo bolo porque conflito é uma coisa ruim. É porque as pessoas são preguiçosas, né? Mas, conflitos em uma redação, principalmente, que a gente está precisando mais do que nunca desse “boom” de ideias, é necessário, é urgente, realmente é urgente.

Pensando nas mudanças necessárias, o entrevistado 2 do veículo A reflete sobre quatro aspectos necessários ao futuro do jornalismo: flexibilidade, melhores condições de trabalho, diversidade e jornalismo descentralizado:

Em primeiro lugar, flexível. Eu acho que por muitas décadas, os jornalistas, as empresas, as estruturas do jornalismo não se viram ali como uma empresa qualquer, como qualquer outra, e até o jornalista como trabalhador. Então, acho que daqui pra frente, pensando no contexto macro, a gente precisa de empregos flexíveis, de empregos flexíveis até pra aproveitar oportunidades melhores. Precisamos de melhores condições de trabalho também, eu acho que um jornalista só vai conseguir fazer o trabalho dele bem-feito. E, também, com essa constância, se tiver boas condições de trabalho, diversidade e um jornalismo descentralizado. Eu acho que para mim esses são os quatro pontos que a gente precisa. E, a partir disso, a partir desse guarda-chuva, vamos ver todos os outros. Equipes bem-sucedidas, equipes criativas e inovadoras e um jornalismo que sabe diversificar também a sua receita, porque você vai ter ali repórteres, jornalistas, enfim, de ponta na sua equipe, na sua redação. Acho que a gente precisa também pensar nessa questão, que é o meu último ponto, de diversificação de receita, né? As estruturas jornalísticas, e para quem

está começando agora no jornalismo. Tem que pensar também como é que vai sobreviver, né? E, aí, você vai sobreviver só de uma fonte? Não, você vai ter que diversificar essa fonte. Então, acho que pensar nisso, sabe, pensar mais como empreendedor, jornalista também do futuro, que também vai querer, sei lá, né, criar um negócio. Seja ele pequeno, com duas pessoas, três pessoas, ele também precisa ter um pouco, ser um pouco empreendedor para conseguir manter o negócio em pé, porque jornalismo também é negócio, né? Enfim, notícia também é um negócio. Então, acho que esse é o grande guarda-chuva que eu penso para o jornalismo, claro, que ele vai continuar existindo até onde ele vai continuar. Mas acho que a gente precisa ajustar.

Dessa maneira, surge a necessidade de qualificar o conteúdo disseminado na internet tendo o respaldo profissional e a credibilidade jornalística necessários para o enfrentamento das informações propagadas no ambiente digital com o intuito de combater as desinformações compartilhadas em massa e que prejudicam muito as pessoas que compõem o público, principalmente as com menor letramento que são alvos mais fáceis de manipulações que as fazem confiar em tudo o que lê e vê na internet. Como analisa o entrevistado 1 do veículo B:

Com a inteligência artificial vindo aí, a gente não tem menor noção do que vai se transformar, porque já teve muita transformação que a gente ainda está tentando se adaptar. E aí vai assim, acho que muda drasticamente muito rápido, tudo, o tempo inteiro. Talvez uma preocupação maior tenha que ser sobre a ética e a qualidade dos conteúdos porque a gente também está enfrentando um universo de muita desinformação de conteúdos irresponsáveis. Que está difícil de barrar e de superar isso. Por exemplo, eu trabalho com uma pauta sobre aborto, que é uma pauta que recebe uma enxurrada de desinformação de crítica de *fake news* de sensacionalismo. E é super difícil conseguir um lugar de superioridade em relação a isso, né, com o nosso conteúdo, que é muito mais responsável e ético em como que a gente produz, né, baseado em evidências científicas. E aí a gente tem essa dificuldade, essa disputa cruel, assim, né, e bastante injusta com conteúdos que são mais explicáveis, mas que são completamente sem credibilidade, né. Eu acho que nos próximos anos vai ter muita mudança ainda com a inteligência artificial. E tanto de piorar, essas coisas que eu estou falando que hoje já são um problema por causa da tecnologia e das redes. Quantas vezes de facilitar nosso trabalho também de melhorar algumas coisas a gente precisa assumir, reconhecer e introduzir no nosso dia a dia. Mas, eu acho que a gente precisa também de entender a necessidade urgente da regulamentação do projeto contra *fake news*, o PL que ainda está em votação no Congresso. Então, se a gente não regulamentar a internet, as redes e as *fake news* nós vamos entrar no universo ainda muito pior, então me preocupa muito. Apesar de que pessoalmente eu sempre vou acreditar, apostar, investir no jornalismo que eu produzo, né?

Outro aspecto relevante que as entrevistas apresentaram para a presente pesquisa diz respeito sobre à influência e à interferência das redes sociais no fazer jornalístico enquanto curadoria das notícias. Deste modo, a entrevistada 1

do veículo A também reconheceu essa troca de influências existente entre as redes sociais e o jornalismo.

Muitas vezes sim, acho que as redes sociais hoje pautam o jornalismo de forma geral. Acho que é muito impossível a gente não ficar atento enquanto jornalista que trabalha com reportagem e tal, em curadoria, aos movimentos das redes sociais. Porque termina dando ideia de pauta, termina trazendo um termômetro também sobre os temas que estão sendo discutidos no momento, né? E dando muitas ideias também, é como se fosse uma... É, na verdade, né? Uma área... pública, a esfera pública online existe, né? Sim. Então, é uma forma de você também ter acesso à informação para os jornalistas é muito importante, mas de certo modo também existe uma curadoria ali, né? Implícita, né? Pelos algoritmos, assim. O agente social está dando para você uma pequena visão, uma pequena parte do todo.

É imprescindível destacar, na perspectiva de Blumer, que a curadoria das notícias deve possuir o propósito de oferecer informação qualificada para transformar a massa alienada em público consciente. Com isso, observa-se que o *feed* de notícias, como é chamado o painel central nas redes sociais em que apresentam todas as novidades das páginas e, também, de pessoas que o usuário esteja seguindo, já antecipa o quanto a palavra notícia está sendo utilizada para exemplificar novidades ou até mesmo o que há de mais recente nas redes sociais, se afastando do conceito original da palavra notícia geralmente atribuída ao formato jornalístico. Esta concepção é salientada por Castilho (2015, p. 42-43) ao trabalhar o conceito de notícia para o cenário digital como sendo a notícia “um tipo específico de dado cuja principal característica é o seu ineditismo, tendo como atributos indispensáveis a relevância, pertinência e confiabilidade”. Este é o verdadeiro significado da notícia para o jornalismo e não a perversão alcançada pela influência da publicidade na produção jornalística que, quando acontece, é por imposição da organização empresarial e não do jornalista profissional.

O estudo das sinergias entre curadoria de informações e jornalismo terá profundas implicações na forma pela qual o jornalismo é exercido, bem como sobre o tipo de relação entre as audiências e suas fontes de informação. A disseminação da prática da curadoria tende a alterar o próprio conceito de notícia desenvolvido pelo jornalismo. Em vez de ser considerada pelos jornalistas profissionais como um produto negociável por publicidade paga para garantir a sustentabilidade de empresas, a notícia passa cada vez mais a ser tratada pela curadoria como parte da geração de conhecimento e seu corolário, a formação de capital social (CASTILHO, 2015, p. 106).

A posição de Castilho é consequente com relação ao jornalismo, ao destacar o papel da curadoria de geração de conhecimento e na formação de capital social para o exercício qualificado da cidadania. Contudo, é preciso distinguir os papéis exercidos na instituição jornalística pelos proprietários e seus dirigentes de confiança, por um lado, comprometidos com a reprodução da ordem estabelecida e a satisfação dos interesses da estrutura de poder e das elites, e os jornalistas profissionais, por outro lado, em geral interessados na mudança social, conforme analisa Soloski (2016, p. 133) quando considera preciso “compreender inteiramente o processo pelo qual os acontecimentos são selecionados para serem apresentados como notícias, é necessário examinar o profissionalismo no jornalismo”.

Segundo Soloski, ao mesmo tempo que em alguns momentos a ideologia do profissionalismo jornalístico é evocada pelos jornalistas para ampliar os limites da política editorial da organização empresarial, também se constitui em método eficiente e econômico utilizado pelos veículos jornalísticos para controlar o comportamento discricionário dos repórteres e editores.

As organizações jornalísticas não podem confiar em normas profissionais para controlar o comportamento dos seus profissionais; a fim de limitar mais o comportamento discricionário dos jornalistas, as organizações jornalísticas têm desenvolvido regras – políticas editoriais. As organizações jornalísticas confiam na interação do profissionalismo e das políticas editoriais para controlar o comportamento dos jornalistas (SOLOSKI, 2016, p. 133).

É importante destacar que as empresas jornalísticas visam o lucro e, por isso, precisam desenvolver técnicas para controlar o comportamento dos seus funcionários. Como Perrow (1970, p. 35) e Thompson (1967, p. 40) conceituam o jornalismo como um sistema aberto, que é “composto de subsistemas que estão inter-relacionados e interligados uns com os outros, e com uma maior organização, então o problema de controle torna-se mais claro”.

Os subsistemas de uma organização exibem geralmente as características tanto do todo como das partes. Isto é, a um nível o subsistema é um todo e o seu comportamento teleológico não é totalmente controlado pela mesma organização e é, até certo ponto, controlado por ela. Os subsistemas de uma organização podem perseguir uma variedade de objetivos simultaneamente, e alguns deles podem entrar em conflito com os objetivos da organização. Para assegurar a sua sobrevivência a longo prazo, a direção tem que desenvolver técnicas para controlar o comportamento dos seus subsistemas. A natureza destes procedimentos de controle será

relacionada com o meio ambiente em que uma organização opera (Laurence; Lorsch, 1969). Quanto mais estável (previsível) o meio ambiente, mais estruturada (burocrática) será uma organização. Os meios ambientes complexos e imprevisíveis requerem uma estrutura informal e flexível de modo que os vários sistemas lidam melhor com as mudanças rápidas (Stinchcombe, 1959; Hall, 1968) (Soloski, 2016, p. 134).

Sendo assim, é importante observar que a mídia enquanto subsistema de uma empresa jornalística precisa lidar constantemente com um ambiente altamente imprevisível, que são as notícias. Outro aspecto relevante para ser identificado é que as decisões sobre se um acontecimento será realizado cobertura noticiosa ou não deve ocorrer rapidamente, com poucos minutos para discussão ou tomadas de decisões de grupo. Logo, estruturalmente a imprensa precisa lidar com um meio ambiente em constante transformação. Por isso, se faz imprescindível os repórteres e os editores terem autonomia profissional na seleção e no processamento da notícia. Dessa maneira, para a empresa ter o controle sobre o comportamento dos seus funcionários pode ser um grande problema, especialmente, pelo tempo que os repórteres passam fora da redação e dos olhares dos seus supervisores. Com isso, o método eficiente para controlar o comportamento em organizações não burocráticas, como no caso, nas empresas jornalísticas, ocorre através do profissionalismo, como Larson (1977, p. 168) defende “o profissionalismo faz uso da discricionariedade previsível. Alivia as organizações burocráticas da responsabilidade de imaginar os seus próprios mecanismos de controle nas áreas discricionárias de trabalho”.

De acordo com Kornhauser (1963, p. 38), algumas vezes, “a fidelidade dos profissionais às suas normas ontológicas leva-os a entrar em conflito com intuítos lucrativos da organização comercial”. Dessa maneira, a ideologia do capitalismo não é compatível com a ideologia do profissionalismo. Pois, “aparentemente, a ideologia do profissionalismo tem fortes componentes antilucro e antimercado que estão manifestos na ideia do serviço para a sociedade”.

Para uma profissão existir tem que assegurar o controle sobre a base cognitiva da profissão. Para fazer isto uma profissão exige: 1) que um conjunto de conhecimentos esotéricos e suficientemente estáveis relativamente à tarefa profissional seja ministrado por todos os profissionais; e 2) que o público aceite os profissionais como sendo os únicos capazes de fornecer os serviços profissionais. Ao assegurar o controle sobre a base cognitiva da profissão, a profissão também estabelece um monopólio no mercado profissional. A concorrência entre membros da mesma profissão pode ocorrer, mas não existe

qualquer concorrência entre profissões pelo direito de fornecer os mesmos serviços profissionais. Se fosse esse o caso, então a base cognitiva da profissão seria reclamada por mais do que uma ocupação e a legitimidade dos serviços fornecidos e os métodos empregados seriam ameaçados. A aceitação pública do monopólio de uma profissão no mercado não é difícil de alcançar, principalmente porque as profissões mantêm um forte ideal de serviço para a sociedade e muitos dos serviços das profissões têm vindo a ser considerados bem universais que estão ao dispor de todos aqueles que deles precisam. Aos olhos do público, o número de membros nas profissões não se baseia na classe social, mas nas capacidades inatas dos futuros profissionais. O sucesso ou insucesso de um indivíduo ser um profissional é determinado pela sua inteligência, dedicação e perseverança. Para facilitar o seu controle na base cognitiva, e para padronizar a aprendizagem profissional, a maioria das profissões controlam o processo de educação profissional através do estabelecimento de ensino acreditando em institutos superiores e universidades (SOLOSKI, 2016, p. 136-137).

Observa-se que com a perda da obrigatoriedade do diploma profissional para o exercício do jornalismo¹¹ ocasionou uma ruptura com o item 2 exposto por Soloski (2016, p. 136) que caracteriza que “o público aceite os profissionais como sendo os únicos capazes de fornecer os serviços profissionais”. Sendo uma triste realidade, os veículos de comunicação estão contratando quem não tem diploma para o exercício profissional.

Segundo Larson (1977, p. 47), quando o capitalismo passou da sua fase competitiva para a fase monopolista, dessa maneira, o processo de formação profissional contribuiu para manter e promulgar o capitalismo. Pois,

As escolas profissionais asseguram: 1) que os futuros profissionais aprendam, dominem e aceitem a predominante base cognitiva da profissão; 2) que a produção dos produtores dos serviços profissionais seja padronizada; e 3) que os ideais e os objetivos da profissão sejam aceitos pelos novos profissionais (LARSON, 1977, p. 47).

Durante os estágios, na educação formal, os futuros profissionais segundo Johnson (1972, p. 44) se tornam membros sociais da profissão ao aprender as normas e os procedimentos profissionais, representando muito “mais do que uma simples aprendizagem da técnica profissional correta, significa a aprendizagem do modo como estruturar e viver a vida como profissional”.

No capitalismo monopolista surgiram novas profissões que foram incapazes de exercer tanto controle sobre a situação laboral como as profissões liberais conseguiam. A engenharia, a contabilidade e o

¹¹ A obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista foi uma decisão derrubada pelo Supremo Tribunal Federal (STF), no ano de 2009, por meio do Recurso Extraordinário (RE) 511961. Pois, a profissão tinha sido regulamentada no Brasil no dia 17 de outubro de 1969, por meio do Decreto-Lei de número 972, na época da ditadura militar.

jornalismo dependem das grandes organizações comerciais para o seu emprego. As tarefas laborais e a escolha de clientes estão, na maioria dos casos, fora do controle destes profissionais. Mas estes profissionais têm sido capazes de conseguir o status social através da compensação financeira, de mobilidade ascendente e das distintas tarefas laborais que requerem qualidades especiais. Para facilitar o controle no local de trabalho, a direção tem confiado no profissionalismo para controlar o comportamento dos seus mais importantes profissionais. O profissionalismo, então, deve ser visto como um meio eficiente e racional de administração de organizações comerciais complexas (SOLOSKI, 2016, p. 138).

Dessa maneira, Soloski (2016, p. 138) observa que o “o profissionalismo jornalístico controla o comportamento dos jornalistas de dois modos relacionados: 1) estabelece padrões e normas de comportamentos; e 2) determina o sistema de recompensa profissional”. Neste caso, o profissionalismo exerce um mecanismo de controle transorganizacional e, com isso, se faz desnecessário para as empresas jornalísticas estabelecerem regras e novos regulamentos para os funcionários. Como exemplo, “a objetividade é a norma profissional mais importante e dela fluem aspectos mais específicos do profissionalismo como o *news judgement*, a seleção das fontes e a estrutura do *news beats*¹²”. Com isso, Roscho (1975, p. 55) afirma que “a objetividade não reside nas próprias notícias; reside mais no comportamento dos jornalistas. Pois, os jornalistas devem agir de modo a relatar as notícias objetivamente”. Enquanto Phillips (1976, p. 68) afirma que “por definição, os jornalistas transformam-se em máquinas de escrever que registram, mais do que avaliam, o mundo”. Como descreveu o entrevistado 2 do veículo A:

Enfim, o futuro do jornalismo depende da capacidade empreendedora dos jovens jornalistas. Por exemplo, na minha época de estudante ninguém da minha turma pensava em, sei lá, por exemplo, fazer um curso de jornalismo e ao mesmo tempo de economia e administração de empresas. Ninguém pensava nisso. A gente foi ensinado a escrever matéria para TV, rádio, impresso, web, mas a gente não é ensinado a gerenciar a empresa de comunicação, a gerenciar pessoas, a trabalhar com a equipe grande de fotógrafo, de publicitário, não é ensinado a nada disso. Então, quando a gente chega no mercado e tem essa necessidade a gente muitas vezes não se sente preparado para esse desafio, né? E vai tentar buscar outros caminhos para tentar suprir isso, o que a gente só sabe escrever bem ou comunicar bem uma ideia. Então, assim, realmente, se a gente tivesse jovens jornalistas mais empreendedores com esse perfil, a gente não era tão submisso às organizações, né? A gente estava aí, lançando mais veículos, lançando mais propostas e não disputando poucas vagas no mercado.

¹² De acordo com Soloski (2016, p. 139) “os *news beats* são uma área de responsabilidade em termos de cobertura jornalística (habitualmente, uma organização ou instituição como, por exemplo, a Assembleia da República)”.

Para os jornalistas, a objetividade não significa que eles são observadores imparciais de acontecimentos – como acontece com os cientistas sociais – mas que procuram e relatam os fatos do modo mais imparcial e equilibrado possível. Com isso, a questão se a objetividade é ou não possível, no seu sentido científico é habilmente evitada.

A objetividade, como posta em prática pelos jornalistas, é um modo eminentemente prático – e aparentemente altamente bem-sucedido – de lidar com as complexas necessidades dos jornalistas, das organizações jornalísticas e dos públicos. Os acontecimentos podem ser apresentados de uma forma segura como uma série de fatos que não requerem qualquer explicação do seu significado político. Ao apresentarem as notícias como uma série de fatos, as organizações jornalísticas estão protegidas, pelo menos, de duas maneiras. A primeira, e mais óbvia, é a de que, uma vez que os jornalistas precisam ter fontes que lhes forneçam os fatos relativos aos acontecimentos, as fontes e não os jornalistas são responsáveis pela exatidão dos fatos. Até certo ponto, isto ajuda a isolar tanto os jornalistas como a sua organização das acusações de parcialidade e reportagens imprecisas (Tuchman, 1972). Ser enganado por uma fonte noticiosa é embaraçoso para a organização jornalística, mas contando que não aconteça muitas vezes, a integridade da organização não é ameaçada. A posição da organização no mercado está diretamente ligada à sua capacidade para manter a integridade da sua operação jornalística. E isto traz-nos a segunda vantagem que a objetividade tem para as organizações jornalísticas: ajuda a assegurar a sua posição de monopólio no mercado. Se as notícias fossem relatadas de uma maneira abertamente política ou ideológica, o mercado estaria pronto para a concorrência das organizações jornalísticas que detêm pontos de vista políticos ou ideológicos opostos. Relatando a notícia objetivamente, a lealdade do leitor para com um jornal não é uma função da ideologia desse jornal. Baseia-se mais na eficácia da cobertura jornalística, nos custos de assinatura, nos serviços de distribuição ou em qualquer outro fator tangível que um jornal consegue controlar. Por isso, desde que as organizações jornalísticas relatem as notícias objetivamente, o controle monopolístico do mercado não será visto pelo público, jornalistas, publicitários e donos dos media como um grande problema (SOLOSKI, 2016, p. 140).

De acordo com Tuchman (1978) e Gans (1979), os jornalistas veem o atual sistema político-econômico como um estado de coisas natural, sendo assim, o local natural para selecionar as fontes com valor notícia será na estrutura do poder da sociedade contemporânea. Dessa maneira, “as fontes noticiosas surgem então da estrutura do poder existente; por isso, as notícias tendem a defender o *status quo*”. Sendo válido refletir que “os jornalistas não se põem a relatar conscientemente as notícias de modo a que o atual sistema político-econômico seja mantido. A seleção de acontecimentos e fontes

noticiosas corre “naturalmente” do profissionalismo jornalístico” (Soloski, 2016, p. 140).

Com isso, identifica-se que os critérios de noticiabilidade (*news judgement*) ocorram dentro de uma estrutura de referência, nomeadamente a das normas predominantes do profissionalismo jornalístico pois, “o *news judgement* exige que os jornalistas partilhem as pressuposições acerca do que é normal em sociedade, uma vez que a noticiabilidade de um acontecimento está relacionada com o afastamento daquilo que se considera normal”. Dessa maneira, quando o jornalista se concentra no diferente, no desvio, no insólito e no estranho existe uma defesa implícita das normas e dos valores da sociedade atual “como as fábulas, as “estórias” noticiosas contêm uma moral oculta” (Soloski, 2016, p. 141).

Segundo Tuchman (1978, p. 44), o profissionalismo jornalístico irá determinar a seleção e a apresentação dos acontecimentos e das fontes noticiosas a serem consultadas, e a empresa jornalística também irá influenciar este processo, citando como exemplo o fato de que, com “o esforço para tirar o máximo de lucro do seu investimento econômico, a organização jornalística rotiniza a cobertura noticiosa, através do estabelecimento de *news beats*”. Pois, essa escolha ocorrerá por meio da interação entre o profissionalismo jornalístico e os recursos da organização jornalística visto que “o profissionalismo jornalístico determinará a legitimidade e o valor das instituições a cobrir, mas a organização jornalística, através do seu controle sobre o orçamento do departamento de informação, determinará o número de *news beat* que podem ser cobertos”. Afinal, o profissionalismo jornalístico encontra mais *news beat* legítimos do que aqueles que serão noticiados por questões de equipes reduzidas, transporte para levar os jornalistas até o local das notícias, horário de fechamento dos veículos de comunicação, dentre outros fatores que impactam que o fato seja noticiado pela empresa jornalística.

De acordo com Goldner e Ritti (1967, p. 56), na ascensão profissional do jornalista existe um sistema de recompensas, “que é determinado por critérios exteriores ao controle direto da direção e poderiam, aparentemente, ser uma outra fonte de conflito entre as organizações profissionais e comerciais”. Pois, os jornalistas olham para a própria profissão e não para a empresa no tocante à

ascensão profissional visto que “os ideais da profissão, e não os objetivos da organização, serão mais uma preocupação para os profissionais”.

A ascensão profissional e como serão recompensados os profissionais pela execução de seu trabalho representam um dilema para as empresas, que precisam desenvolver dois tipos de crescimento de carreira: a escada da direção e a escada da profissão.

A escada da direção é a tradicional medida do sucesso dentro da organização: os trabalhadores bem-sucedidos são recompensados entrando para a hierarquia da direção e para a equipe executiva. A escada profissional foi instituída para recompensar os profissionais bem-sucedidos, aumentando os seus vencimentos e categorias sem terem de aumentar as suas responsabilidades supervisoras ou diretoriais (Soloski, 2016, p. 142).

Para Kornhauser (1963, p. 205), a escada profissional possibilita aos jornalistas melhores salários e novo *status* dentro da organização, como exemplo, o repórter especial, sem que para isso seja necessário assumir deveres administrativos. Pois, “em vez de uma maior autoridade, eles são recompensados com uma maior liberdade no desempenho das suas especialidades”.

Neste contexto, Goldner e Ritti (1967, p. 497) advertem que o profissional bem-sucedido possui pouca voz na tomada de decisão da empresa, sendo “um método muito eficaz de “esfriar” os profissionais que foram incapazes de avançar dentro da hierarquia (de poder) da direção”, explicando que a origem deste processo de “esfriamento” tem início “efetivamente com a socialização do indivíduo na profissão, quando o novo profissional aprende o que significa ser um profissional”.

Os profissionais, que seriam de outro modo, considerados fracassados por não terem conseguido entrar na escada da direção, recebem uma definição alternativa de sucesso da parte da escada profissional. A escada profissional possibilita a uma organização comercial apaziguar os seus profissionais dedicados, que são necessários para o sucesso da organização, sem que se ponha a oferta de oportunidade na escada da direção (...). Assim, os jornalistas que ascenderam pela escada profissional têm mais liberdade individual de ir atrás de “estórias” sem terem mais responsabilidades por decisões relativas à distribuição dos escassos recursos da organização. Ao dar oportunidades de subida, a organização jornalística consegue manter a lealdade de importantes profissionais sem permitir o acesso à efetiva hierarquia de poder da organização (SOLOSKI, 2016, p. 142-143).

Dessa maneira, é possível observar que a partir do ponto de vista da direção da empresa, o profissionalismo jornalístico se constitui um meio eficiente

e efetivo de controle e, também, de recompensa na ascensão do jornalista por estabelecer as linhas-mestras do comportamento esperado do funcionário. É válido destacar que segundo Soloski (2016, p. 143) o profissionalismo concede “aos jornalistas mais liberdade na seleção, relato e apresentação das “estórias” do que a permitida pela maioria das organizações. Para limitar mais o comportamento discricionário dos jornalistas, surgem as políticas editoriais”. De acordo com Breed (1955), Darnton(1975), Stark (1962), todas as empresas jornalísticas possuem cada uma a própria política editorial. Porém, a natureza efetiva de cada uma das políticas editoriais varia de empresa para empresa.

Assim, como o profissionalismo jornalístico pode ser visto como um mecanismo de controle transorganizacional, também as políticas editoriais idiossincráticas das organizações jornalísticas individuais podem ser vistas como um mecanismo de controle intraorganizacional. Em conjunto, estes dois mecanismos de controle dirigem as ações dos jornalistas. Uma vez que as normas do profissionalismo jornalístico são partilhadas por todos os jornalistas, a organização jornalística precisa apenas se concentrar no ensino das suas próprias políticas editoriais aos jornalistas, e também desenvolver técnicas para se assegurar de que os seus jornalistas aderem às políticas. Tanto o profissionalismo jornalístico como a política editorial são utilizados para minimizar o conflito dentro da organização jornalística. Como um jogo, as normas profissionais e as políticas editoriais são regras que toda a gente aprende; só raramente estas regras são explícitas, e só raramente se levantam objeções a essas regras (SOLOSKI, 2016, p. 143,144).

O fato de o profissionalismo jornalístico ser independente de qualquer veículo de comunicação se configura como uma espada de dois gumes, por um lado, concedendo aos jornalistas “uma base de poder independente que pode ser utilizada em confrontações com a direção porque os princípios de profissionalismo jornalístico limitam a capacidade da direção de estar diretamente envolvida no processo da produção” da notícia. Como exemplo, o papel do *publischer* que está continuamente intervindo na cobertura jornalística poderá minar o profissionalismo dos seus colegas e, caso, a intervenção ocasionar uma reportagem tendenciosa prejudicará a reputação e a credibilidade do jornal na sociedade. Desta maneira, o outro aspecto consiste na vantagem por parte da direção em convencer os anunciantes que a continuada intervenção na produção das notícias torna-se um tabu devido ao profissionalismo jornalístico. Sendo assim, o “profissionalismo jornalístico escuda os jornalistas da intervenção da direção, permitindo aos jornalistas

desviar os desejos da direção sem comprometer a sua posição na empresa” (Soloski, 2016, p. 144).

Desde que a política editorial não force os jornalistas a violar as normas do profissionalismo jornalístico, não há qualquer razão para presumir que os jornalistas veem a política editorial como um constrangimento no seu trabalho, embora limite o tipo de “estórias” que podem ser relatadas (SOLOSKI, 2016, p. 145).

Com isso, é possível observar a popularização da palavra notícia sendo empregada sem estar atrelada ao produto do ofício jornalístico como nas redes sociais em que a página principal é denominada *Feed* de Notícias. E, com isso, a proliferação da maneira como o público (as pessoas) começam a se relacionar com a notícia de maneira que vai além do que esteja sendo veiculado na mídia tradicional, seja na televisão, no rádio e ou no jornal impresso. Mas, sim, o que é compartilhado no seu *feed* de notícias também começa a se tornar para o público uma notícia apesar de não ter ainda o crivo, da confirmação profissional do jornalista sobre se é verídica ou *fake news*. Por isso, se faz imprescindível delimitar a função social de notícia para o campo do jornalismo e para o campo da curadoria.

A formatação comercial das notícias produzidas pela indústria da comunicação jornalística atende a preocupação em gerar clientelas enquanto a curadoria de notícias procura criar parceiros, pois o desempenho da função do curador depende da colaboração entre ele e os receptores de suas recomendações. Quanto maior a colaboração, maior a possibilidade de o curador atender às necessidades e desejos de seus parceiros. Isto implica identificar como uma notícia recomendada pode alterar mapas mentais e procedimentos cognitivos de indivíduos ou grupos de indivíduos (CASTILHO, 2015, p. 106-107).

Castilho (2015) afirma que o jornalismo é mercadológico quando o jornalismo se torna refém das estruturas de poder e não cumpre a função social da profissão. Por isso, ele utiliza a expressão “a formatação comercial das notícias produzidas pela indústria da comunicação jornalística”, que só se preocupa “em gerar clientelas”, enquanto atribui à curadoria de notícias o propósito de “criar parceiros”, pois a sua função depende da colaboração entre ela e os receptores de suas recomendações. Assim, observa-se a curadoria da notícia como o mais legítimo sinônimo do bom jornalismo por não poder misturar o jornalismo que cumpre a função social com o jornalismo voltado para os interesses das elites e do grande capital.

A crítica de Castilho é voltada para a indústria jornalística, para as organizações empresariais e não pode resumir toda a função do jornalismo apenas ao aspecto industrial e econômico. Habermas (2023) fala sobre a autoridade do público que pode forçar a inclusão de temas que a estrutura do poder quer muitas vezes barrar o acesso para evitar a sua influência sobre a vontade política do povo na rua, por exemplo. Pela força do público é possível avançar em temas políticos e públicos para compreender como congressistas machistas e sexistas aprovaram a Lei Maria da Penha, que condena a violência contra as mulheres, para não comprometerem suas possibilidades de reeleição, tendo em vista o poder comunicativo, com natureza material, em que se constituiu esta reivindicação popular.

Também, é importante perceber a vida contemporânea digital para o público que está “com o tempo cada vez mais escasso e pela nova realidade de “bombardeio” constante de informações, na qual a curadoria de notícias surge como uma forma de se comunicar com a audiência a partir de assuntos/temas que, de fato, lhe são de interesse conforme uma análise prévia”, como relatou o entrevistado 5 do veículo B, que acrescentou: “o público disponibiliza informações como em um formulário eletrônico, por exemplo, onde indica o que gostaria de consumir em termos de notícias previamente”. Na sequência, o entrevistado refletiu sobre a cultura de cliques que está presente na sociedade em rede ao declarar:

Acredito que as redes sociais ajudam a levantar *insights* sobre temas que estão no debate público e, consequentemente, podem gerar uma ou várias pautas. Jornalismo que só se faz ou só se influencia pelo barulho das redes sociais perde sua função social de informar e se transforma em caça-clique

É necessário questionar a influência que o poder econômico exerce nas redes sociais digitais através dos disparos e algoritmos manipulados pelas grandes plataformas, o que não nos permite acreditar que os posicionamentos expressos nas redes sociais digitais são a “voz do povo”, pura e desinteressada, pois, o grupo minoritário que comanda as maiores riquezas do mundo e tem interesses próprios e específicos, utilizando a mídia para garantir a sua estabilidade política e econômica.

É importante na reflexão observar a figura principal que está orquestrando todo o conteúdo disseminado nas plataformas digitais na internet: o algoritmo.

Então, assim como a economia tem as mãos invisíveis do mercado para ditar o ritmo e a velocidade dos negócios, a comunicação no universo digital tem as mãos invisíveis dos algoritmos para direcionar e influenciar a vida humana cotidiana e social. Sendo assim, a presente pesquisa identifica a Sequência Discursiva 2 da Formação Discursiva 2 observada nas entrevistas, como o algoritmo digital presente na curadoria de notícias, atualmente, é um marco para o jornalismo assim como, a estruturação do *lead* e *sub-lead* foram para o jornalismo, no século passado.

Com isso, é importante refletir sobre o surgimento do jornalista enquanto profissional a partir do século XVII, com o desenvolvimento dos avanços tecnológicos iniciados pela invenção da prensa com tipos móveis por Gutenberg, mas, sobretudo, da consolidação da revolução industrial desempenhando uma função social estratégica de integrar os contingentes de trabalhadores deslocados da área rural para trabalhar nas fábricas da sociedade urbana-industrial, especialmente com o jornalismo informativo, pretensamente apolítico, objetivo, neutro e imparcial.

Segundo Schudson (2000, p. 192), o *lide* e a estrutura da pirâmide invertida emergiram nos Estados Unidos, no fim do século XIX, com uma finalidade específica: “a de elevar os jornalistas ao status de profissionais especializados na apresentação dos fatos, a partir de um instrumento narrativo novo, pretensamente objetivo, e de uso restrito ao profissional”.

O jornalismo desde o princípio esteve ligado às novas tecnologias e apropriação das ferramentas técnicas para a difusão da informação. Com isso, o novo fenômeno da curadoria das notícias constituiu algo direcionado à adaptabilidade presente como uma das principais características do jornalismo. De acordo com Rogério Christofolletti na obra *Ética no Jornalismo* (2008, p. 95), “por conta da informática, dois impactos foram determinantes para virar o jornalismo pelo avesso: digitalização da informação e facilitação na distribuição dos dados”.

[...] durante sua evolução, o jornalismo passou por diversas transformações técnicas. Desde o final do século XX, enfrenta a adaptação às inovações tecnológicas resultantes do surgimento da internet como nova plataforma de informação. Um dos resultados é a ampliação das possibilidades de produção de notícias, com novas e notáveis ferramentas capazes tanto de ampliar o trabalho de geração e distribuição de conteúdo, quanto de permitir a qualquer pessoa também assumir este papel (BUENO, 2015, p. 161).

Neste cenário, a sociedade também está vivenciando profundas mudanças estruturais, segundo dados da pesquisa de 2024, realizada pela *Hootsuite*¹³ em parceria com a *We Are Social* revelaram que 59,5% da população do planeta já está no mundo digital, representando 4,20 bilhões de pessoas. O brasileiro é o segundo colocado no ranking mundial de tempo gasto na internet, dedicando dez horas e oito minutos diariamente, o que representa aproximadamente 154 dias ao ano conectados à internet. Ou seja, demonstrando que o digital está preparado para o fenômeno da curadoria das notícias cada vez mais com o ritmo acelerado no jornalismo, como observa a entrevistada 5 do veículo A:

Eu acho que de alguma forma a curadoria de notícias sempre existiu, mas não tinha um nome específico, sabe! E com o avanço da internet, *WhatsApp*, principalmente aqui no Brasil, pois aqui no Brasil realmente a gente utiliza *WhatsApp* em praticamente todos os lugares, desde a cidade até a zona rural todo mundo está conectado. A maioria das pessoas tem um celular, *WhatsApp*, *Facebook*, enfim. A notícia passou a ser, enfim, a ser dado um nome e a ter um peso maior, digamos assim, ter um peso e uma necessidade maior dessa curadoria de notícias, porque você vai entender o que é notícia, o que não é, e até checar também, né, porque nessa curadoria é um trabalho também de checagem, ela precisa verificar que há um trabalho jornalístico por trás daquela notícia, daquela informação. Então eu acredito, de forma resumida, que a curadoria de notícia sempre existiu de alguma forma, mas foi fortalecida e passou a ser nomeada com este nome após o avanço da internet da forma como a gente, né, o ser humano em si tem essa necessidade natural de se comunicar, principalmente no mundo digital.

Dessa maneira, é possível reconhecer no relato de experiência do entrevistado 5 do veículo B, o quanto as atuais mudanças tecnológicas estão impactando a própria rotina profissional, como sempre ocorreu na história profissional do jornalismo com as antigas inovações tecnológicas. Na entrevista, ele apresenta o processo curatorial e como foi transformado o próprio trabalho, com a inserção da curadoria de notícias e, assim, pode-se identificar a Sequência Discursiva 2 que exemplifica como o algoritmo digital presente na

¹³ A pesquisa utilizou como base relatórios coletados pelo GlobalWebIndex, GSMA Intelligence, Locowise, Statista, App Annie e SimilarWeb e pode ser conferida na íntegra pelo link: <https://digitalreport.wearesocial.com/download>

curadoria de notícias, atualmente, é um marco para o jornalismo, assim como, a estruturação do *lead* e *sub-lead* foram para o jornalismo, no século passado:

O algoritmo presente na curadoria de notícias transformou a maneira de se praticar o *webjornalismo*. Eu lembro que no início do digital, a matéria que iria pro jornal impresso era a mesma que na íntegra estava sendo publicada no portal do jornal. Mas, agora existe um modo de se fazer, em como redigir para postar e tudo graças ao algoritmo para que o conteúdo seja mais visto e compartilhado. Então, particularmente eu vejo que o algoritmo digital presente na curadoria de notícias representa um marco histórico, social e profissional no jornalismo assim como representou o *lead* e *sub-lead* na consolidação da imparcialidade e objetividade como valores profissionais no jornalismo.

Se faz imprescindível destacar que o fenômeno que o algoritmo está causando na curadoria de notícias vem influenciando também a rotina profissional do jornalista no tocante à maneira como o jornalista se informa e forma a própria percepção de mundo diante do exercício da profissão. Neste âmbito, o entrevistado 5 do veículo B descreveu a sua rotina profissional mergulhada na curadoria das notícias:

O dia de trabalho começa bem antes de chegar à redação inclusive por causa da curadoria de notícias. Já nas primeiras horas da manhã acesso *newsletters* com conteúdos selecionados por temas ligados diretamente às minhas áreas de cobertura, que foram selecionados para mim por meio do algoritmo digital. A partir daí, vou construindo as pautas do dia. É comum também recorrer a materiais de curadoria de notícias para a etapa da checagem de dados no andamento da apuração jornalística.

É possível destacar a mudança na rotina profissional com o relato de experiência da entrevistada 2 do veículo B descrevendo como a curadoria de notícias alterou a maneira como ela se informa:

A gente no jornalismo tem aquela rotina de fazer a ronda, de ver tudo o que está acontecendo, em ler os jornais. Então, na curadoria de notícias temos uma rotina específica mais voltado no digital, sabe. Eu faço uma busca, eu percorro ali os sites que a gente acompanha, os veículos que a gente acompanha. E fora isso, e aí sim, com a frequência mais diária, eu ouço quase diariamente muitos *podcasts* produzidos por vários jornalistas. Eu uso muito desse conteúdo que eu tenho acesso na curadoria. Mas, também se mistura com o meu gosto pessoal, de gostar de acompanhar esse tipo de conteúdo, sabe! E, aí, já acaba entrando na rotina, né? Porque eu como jornalista e cidadã sou uma pessoa só. E, assim, eu amo me informar pelos *podcasts* pois, me possibilitam ter acesso aos conteúdos, enquanto eu faço outras coisas, por conta desta dinâmica diferente de não precisar parar para ler, por exemplo ou parar para assistir algo. Então, tenho uma liberdade maior com o meu tempo e posso consumir mais informação, por isso!

A entrevistada 2 do veículo B, reconhece e destaca a curadoria de notícias como uma nova vertente do jornalismo, principalmente por meio de *newsletters*, nas quais “a gente vê o aumento, consolidadas no mercado, empregando, trazendo renda, conseguindo recursos, financiamento. Eu acho que sim, é um novo caminho profissional, que está surgindo”.

Dessa maneira, é possível perceber a curadoria de notícias influenciando o jornalismo em todos os momentos de trabalho desde o início, na fase de planejamento da matéria, alcançando o momento de apuração jornalística como defende a entrevistada 2 do veículo B: “As redes sociais me ajudam também no relacionamento com fonte, no contato com algumas fontes, muitas vezes eu consigo através da busca pelas redes sociais”. E, assim descreve a sua estratégia:

Quando eu não tenho um telefone da fonte, mas eu tenho um e-mail ou contato pelo *Instagram*, pelo *Twitter*, pelo *Facebook* e funciona, né? Muitas vezes, é dessa forma que consigo acessar algumas fontes. Então, é muito importante para a execução do meu trabalho. É verdade, acaba facilitando a aproximação com a fonte, né?

Também, é válido enfatizar a curadoria de notícias presente e influenciando o jornalismo na checagem de dados e na publicação do conteúdo, que será compartilhado no universo digital do veículo de comunicação, como apresenta o entrevistado 4 do veículo A:

Curadoria de notícias, no sentido de tipo assim, quando você tá olhando as redes sociais e tá vendo o que tá acontecendo, quando você percebe o que as pessoas estão falando no digital, sabe! Eu acho que influencia no sentido do conteúdo jornalístico. A gente procura fazer matérias em relação a isso. Não que vai influenciar na forma como a gente vai abordar, mas influencia em relação ao conteúdo. Se as pessoas estão falando muito determinado assunto é porque existe um interesse neste assunto específico. Então, a gente vai fazer matéria sobre esse assunto. Desde que seja claro, desde que seja um assunto relevante. A gente vai falar de “fulaninha” do *Big Brother* Brasil, usar ela como personagem do conteúdo jornalístico, sabe!

5.3 A curadoria de notícias, equivocadamente, constitui uma estrutura puramente mercadológica pela ótica dos profissionais

Os entrevistados que trabalham diretamente na curadoria de notícias possuem a visão equivocada de que o fenômeno constitui uma estrutura puramente mercadológica. Porém, a função social e o trabalho desenvolvido têm outra conotação. Diante das perspectivas dialogadas nas entrevistas, é possível encontrar a Formação Discursiva 3, em que a curadoria de notícias,

equivocadamente, é considerada uma estratégia puramente mercadológica. Com isso, é possível observar fortemente no entrevistado 2 do veículo A, que apresenta a sua visão diante da comparação do seu trabalho realizado como jornalista e, posteriormente, como curador de notícias, se posicionando da seguinte maneira:

Na verdade, eu coloquei e realmente acredito que a influência do jornalismo é praticada sobre a curadoria de notícias, que é entregue, digamos assim. Porque o que eu avalio é que é a linha editorial para um jornalão, como é a Folha de São Paulo. Embora, você tenha, claro, o repórter, tem assim uma certa autonomia para produzir, para curar as fontes, ouvir os dois lados da notícia, enfim. Até uma certa liberdade também de redação, no sentido de ter o seu estilo, imprimir o seu estilo. A própria organização do jornal, ela tem estruturas que não deixam você avançar muito, digamos assim. E eu acredito que a curadoria é a mesma coisa. Mas, voltando e falando sobre a Folha de São Paulo, eu vejo que tem muito essa perspectiva mercadológica e aí a linha editorial é muito um conforto para a empresa manter-se ali. Então, como eu estava dizendo no início, embora você reporte e tenha uma autonomia, uma certa liberdade criativa e tudo, existem uns mecanismos que limitam não só a questão física do jornal, que você tem ali 40 cm, 50 cm para uma matéria impressa. Enquanto, no digital não tem a limitação física de espaço e tamanho.

No depoimento do entrevistado 2 do veículo A, as definições de curadoria de notícias e jornalismo se misturam. Observando a curadoria de notícias como instrumento da organização empresarial para limitar a autonomia do jornalista, impondo uma concepção mercadológica para a curadoria das notícias. Também, é válido refletir sobre a existência de uma certa homogeneidade na forma dos enquadramentos das notícias que os jornais divulgam nas ruas todos os dias. Apesar de terem linhas editoriais diferentes. Mas, as notícias são muito parecidas entre si. Neste sentido, a entrevistada 5 do veículo A declara:

Como até uma provocação aqui pra gente pensar: quando a gente abre o jornal, sei lá, como a Folha de São Paulo e abre também o Estadão, ambos na cidade de São Paulo, você vai ver que a maioria das notícias está nos dois. Então, um vai pescando do outro. Acaba que claro os jornais, enfim, né, têm conteúdos exclusivos, originais, mapeamentos exclusivos ali, feito mão a mão, mas eu percebo que uma informação de um veículo influencia o outro veículo, por mais que esses veículos tenham linhas editoriais diferentes. Aí cada um vai fazer da sua forma, da sua abordagem. Mas, eu acredito que influencia como se fosse um efeito dominó, sabe! Jornal X fez aquele conteúdo e ali você vai olhar cinco dias depois a maioria tem feito também.

O entrevistado 4 do veículo B, também identifica a curadoria de notícias como um recurso mercadológico para as empresas justificarem e enxugarem cada vez mais as redações jornalísticas.

Na verdade, como eu disse a você, eu acredito que essa questão da curadoria, ela vem muito mais como um discurso da empresa que está passando por dificuldade. Que ela fala que agora é um curador de notícia, que é muita informação, o cidadão recebe já muita informação no *WhatsApp*, recebe muita informação nas redes sociais dele. Veja, antigamente você tinha jornais, porque eu tinha a realidade de jornais impressos e portais de notícia, né? Você tinha a realidade de que você tinha muita gente trabalhando nessas redações, né? E aí você tinha uma cobertura, você tinha setorista para cada uma das editorias. Então, hoje você não tem condições de manter toda essa equipe, né? Então, a empresa alega que faz um trabalho de curadoria. E aí você perde muito, eu acho, sabe? De cobertura, porque na verdade você perde o olhar daquela pessoa que está acompanhando aquele assunto. Quando eu era setorista lá em Brasília, por exemplo, lá no Ministério da Educação, já comecei a sentir, em 2017, a decadência dos setoristas de educação. Lá cada ministério tinha a própria sala de imprensa. Os jornalistas saíam da redação e passavam o dia fazendo plantão, na fazenda, no planejamento. Então, veja, você criava ali um vínculo, entendeu? E hoje em dia você tem uma pessoa que faz educação, fazenda, planejamento, que pega STF. Na verdade, eu acho que a realidade, inclusive, prejudica muito mais o repórter. Porque antigamente você tinha, entre aspas, a obrigação de cobrir aquele seu setor. De alguma forma, aquilo era confortável. Mas, eu não falo confortável de ser uma coisa fácil de se fazer, mas era confortável porque você tinha que acompanhar só basicamente aquilo. E hoje não, você tem que cobrir tudo. E não tem como cobrir tudo com a mesma intensidade, com o mesmo chicote de quem seria um setorista. E a qualidade, é possível cobrir com a mesma qualidade de um setorista? Entendeu? Então assim, é muito difícil para o repórter porque eu acho que ele perde até qualidade de vida. Porque eu sei que é uma vida que você vai dedicar exclusivamente ao jornalismo. Se você quiser ser um bom repórter, porque você vai ter que cobrir tudo. Um dia você vai estar no lugar, vai pro Congresso, vai pro Senado, entendeu? E, enfim, eu acho que essa pessoa não pode se desconectar. Ela tem que estar acompanhando o noticiário desde manhã para não ser “pegada” de surpresa até o final da noite, né? Antes de dormir. Porque no outro dia ela vai ser pautada, entendeu? Então, eu acho que... A curadoria, pra mim, é um discurso, que só beneficia a empresa em detrimento as condições de trabalho do profissional.

É importante destacar que o entrevistado 4 do veículo B contempla tanto a curadoria de notícias como a curadoria digital. A curadoria digital é um levantamento das tendências que é apresentando nas plataformas digitais, sendo apenas um registro enquanto, a curadoria de notícias não se restringe a isso. Precisa avaliar, questionar para depois compartilhar as notícias. Não é apenas a adesão numérica dos caça-cliques. Mas, cumpre um papel social e uma função jornalística.

O entrevistado 5 do veículo B também comenta do início quando o termo curadoria de notícias chegou nas redações a partir do aspecto de selecionador de notícias e que ele interpretou como uma maquiagem da situação de crise no jornalismo.

Falavam no jornal do termo jornalista como curador de notícias. O que seria esse curador de notícias? Eles iam selecionar as notícias mais importantes do dia, com análise para o outro dia. Ou seja, a intenção era enxugar o jornal, diminuindo o quantitativo de páginas e tirar mais o factual. Na verdade, eu entendia não como uma estratégia mas, sim, como o marketing da empresa para justificar a crise que tava vivendo, porque quer queira quer não, a quantidade de papel custava, né? O papel do jornal era comprado em dólar. Enfim, o jornal impresso tinha muitas questões do custo do papel, o custo da página de impressão e a curadoria foi apresentada como uma maneira de economizar os custos de produção e, conseqüentemente, aumentar a lucratividade da empresa também. Evidentemente, eu acho que é uma proposta interessante, mas não no sentido do que foi apresentado no início, sabe! Eu acho que foi utilizado como contexto de melhoria do jornal, de melhorar a qualidade do jornal, mas na verdade aquilo ali era uma crise e estavam tentando maquiagem a situação para uma resposta mais criativa e positiva.

As transformações contemporâneas do jornalismo estiveram presentes no debate promovido pelo pesquisador francês Erik Neveu, no livro *Sociologia do Jornalismo* (2001, p. 16), ao analisar as mudanças ocorridas nos últimos 25 anos. O autor aborda sobre o enxugamento das redações, as demissões em massa dos veículos de comunicação e o crescente aumento das ofertas de trabalho nas assessorias de comunicação, enfatizando que “o desenvolvimento de uma imprensa institucional (empresas, administrações, órgãos públicos, ministérios etc.) tem provocado debates sobre a identidade profissional do jornalista”. O entrevistado 5 do veículo B aborda na entrevista a própria percepção sobre essas mudanças estruturais da profissão, declarando com pesar:

É muito triste de ver a redação que antes era tão cheia, estar com o quadro profissional reduzido, meus colegas de trabalho fazendo *freelancer* para sobreviver no mercado profissional. São mudanças estruturais profundas em tão pouco tempo que a gente nem consegue processar direito: a perda da obrigatoriedade do diploma para o exercício profissional do jornalista, a curadoria de notícias fazendo um copilado do que acontece no mundo de maneira tão mercadológica.

Uma possibilidade para o jornalismo atualmente consiste nos editais de iniciativas nacionais e internacionais, que financiam reportagens especiais, como a entrevistada 3 do veículo B, contemplou em sua entrevista episódica:

E eu acredito que o jornalismo mais no sentido da reportagem de ir atrás, eu vejo muito futuro para esse segmento, muito pautados pelos editais, por essas oportunidades de bolsa-reportagem, assim, local, agências nacionais financiando repórteres locais, né, eu vejo muito isso, assim, como uma possibilidade em termos de mercado, assim, eu acho, de poder fazer uma leitura mais ampla, né? Cada vez mais a gente vai ver essas oportunidades de micro bolsas, de reportagem, editais, esse tipo de coisa, para financiar. É importante frisar que não

é suficiente para manter um veículo ativo e funcionando, mas eu tenho visto cada vez mais como uma alternativa dos veículos até mesmo para se manterem nesse cenário do mercado altamente competitivo.

A curadoria de notícias alimenta, muitas vezes, os assuntos que são do interesse da audiência potente (Mesquita, 2002), como foi discutido no capítulo 1, identificando os temas que o público está com interesse em conhecer e se aprofundar. Com isso, o entrevistado 2 do veículo A, observa e apresenta para o diálogo a própria perspectiva sobre o fenômeno, classificando a curadoria de notícias como uma estratégia puramente mercadológica.

A curadoria acaba sendo, a meu ver, uma estratégia muito mercadológica, inicialmente. Porque aqui na Folha, a gente tem lá *newsletter*, por exemplo, por temas. Você pode receber mais de uma editoria específica, como cotidiano. Você pode receber notícias disso diariamente, na verdade. Enfim, mas esse processo é pensado em vender o jornal, em cativar audiência, em manter os patrocinadores. Então, para que isso aconteça? Eu acho com eficácia. Então, eu vejo que seria muito difícil para a empresa abrir mão da sua linha editorial, da sua estrutura simbólica, digamos assim, para fazer a curadoria pela curadoria ou porque algo assim, idealisticamente muito bacana, muito moderno, sabe? Não, ele tem um objetivo, a meu ver, claro, de comercial, de jornalão mesmo.

Transformar o público em massa em uma perspectiva puramente mercadológica para alienar e conformar as pessoas. E, por outro lado, o jornalismo dentro da perspectiva da curadoria de notícias construtivista pretende formar o público, que são pessoas instruídas e convocadas a se posicionar racionalmente e discutir sobre os temas públicos. Ao ser questionado sobre os desafios profissionais neste cenário atual, o entrevistado 2 do veículo A considerou que

O grande problema do jornalismo para os próximos anos é o mesmo que sempre existiu: é o seu modelo de negócio. Vamos refletir: qual é o modelo de negócio do jornalismo? O jornalismo existe tanto na TV quanto no impresso, online e etc. Em todos os formatos, o jornalismo se paga com a propaganda. A propaganda que vai na TV, a propaganda impressa que vai nos jornais impresso, a propaganda online. Esse modelo de negócio está falindo. Por que ele está falindo? Porque a internet está acabando com esse modelo de negócio, principalmente com as redes sociais. E o grande problema hoje é você substituir esse modelo de negócio. Grandes jornais como o *New York Times*, eles já têm, já conseguiram se consolidar com base em assinaturas online, né? Porque é um jornal de circulação mundial. E eles têm milhares de assinantes. Nesse volume você se paga online. Só que no Brasil você não tem nenhum jornal com essa audiência. Nenhum. Então, como é que você banca o jornalismo? Ou seja, hoje o grande desafio, e é um grande desafio de mais de 20 anos, não é só de hoje, é você ter modelos alternativos de financiamento.

Assim, observa-se que as novas habilidades profissionais requeridas para os próximos anos para o profissional jornalista caminham lado a lado com as competências demandadas ao profissional que irá realizar a curadoria de notícias. Essa mudança paradigmática ocorre como analisa Scolari (2008) em que as mídias digitais rompem com o modelo “um para muitos”, característica principal do *broadcasting*. Além do fator financeiro, tendo no barateamento da tecnologia a possibilidade de acesso de milhões de usuários para a criação de conteúdo digital. Com isso, se torna um caminho viável e sem volta para repensar o atual modelo de negócios e se preparar para criar um modelo de negócios inovador e atualizado com as demandas da sociedade em rede. Como descreveu o entrevistado 2 do veículo A:

Hoje, já existem alguns modelos públicos, que é um site, não sei se você conhece. Eu acho que o modo de sustento deles, eles têm assinantes e os assinantes pagam um valor a mais, investem numa reportagem X e tal. Eu não sei se é o público, eu posso estar me enganando, mas assim, você já tem modelos alternativos a esse modelo antigo dos negócios. E estão dando certo. Então aí, eu acho que esse é o caminho. Eu acho que o futuro do jornalismo depende da capacidade empreendedora dos jornalistas. E esse é um grande problema. Porque geralmente jornalista, o cara que quer ser jornalista não combina o capitalismo, embora um dependa do outro. O espírito capitalista, ser empreendedor é um espírito capitalista. Geralmente, jornalistas não têm esse perfil, mas eu penso que os jovens jornalistas têm que pensar dessa maneira. Então hoje você tem vários sites que não existiriam antes, existem de diferentes maneiras. Você tem nos Estados Unidos investidores, que eu acho que é esse modelo que eu citei, se inspira em projetos americanos. Você tem faculdades que bancam jornalismo investigativo, faculdade nos Estados Unidos tem milhões e milhões de orçamento de dólares, então você pode ter isso como novas possibilidades para o modelo de negócios que já está fadado ao fracasso, sabe! Você tinha um exemplo dos anos 90, de faculdades de jornalismo, por exemplo, que tiravam, que só faziam o tipo de investigação, refazer o julgamento de pessoas condenadas à morte. Era um professor de jornalismo, que comandava uma equipe de alunos que pegava um caso específico de um sujeito que já estava condenado à morte e eles iam investigar se aquela condenação foi correta ou não. E esse professor, esse projeto de uma faculdade americana, livrou da condenação à morte uma dezena de pessoas já condenadas à morte, porque eles provaram que o julgamento estava errado. Então, esse é uma alternativa do que poderia ser feito no Brasil.

A responsabilidade social com o conteúdo a ser propagado também é algo inerente em ambos os profissionais tanto o jornalista quanto o curador de notícias, sendo possível apresentar as seguintes diferenças entre os campos ao afirmar que no jornalismo:

A curadoria é horizontalizada! O jornalismo entrega um produto pronto e acabado, concebido com a preocupação de aumentar o valor de troca da notícia editada. Já a curadoria oferece recomendações abertas onde a preocupação central é o uso da informação na produção de conhecimento (CASTILHO, 2015, p. 57-58).

Apesar do ritmo frenético entre o período de checagem da informação e o da propagação da mesma, o cuidado e zelo com a fundamentação e a justificação da notícia, conforme a teoria consensual da verdade do paradigma construtivista que superou a verdade absoluta da teoria da verdade como correspondência do paradigma positivista, possuindo o conceito de verdade presente na responsabilidade social de ambos os profissionais tanto o jornalista quanto o curador de notícias. O profissional jornalista curador se adaptou às funções do web jornalismo devido à formação humana e técnica do bacharel em jornalismo por ter como um dos pilares da profissão a busca pela verdade, além da preocupação quase exaustiva em ouvir a diversidade de versões existentes sobre o fato noticioso, assim como a adaptabilidade em escrever para o entendimento de todos os públicos e o imediatismo no furo reportagem todos esses aspectos prepararam o jornalista para atuar no ambiente digital com a instantaneidade que a internet necessita.

Dessa maneira, a presente tese se debruçou para analisar a curadoria de notícias no Brasil, a partir da investigação nos dois jornais de circulação nacional buscando identificar o fenômeno curatorial como um contributo para a qualidade do jornalismo e a sobrevivência do mesmo.

6. Considerações finais

A presente tese apresenta o campo teórico e o campo profissional do jornalismo e como este vivencia os desafios do fenômeno recente da curadoria das notícias, principalmente em como impactou a rotina dos profissionais na maneira do jornalista desenvolver seu saber de procedimento, *know-how*, para apurar, redigir e propagar as notícias, tendo como foco o ambiente digital diante da pluralidade de conteúdo no oceano de informações como descreve Castells (2010).

Pois, a comunicação humana constitui a grande responsável pela transformação do mundo e da maneira como se vive nele de todas as espécies. Quando se debate as questões climáticas é uma consequência do avanço tecnológico e da civilização humana que se iniciou com a comunicação que superou a condição de homínídeo, se tornando o *homo sapiens* como descreve Mead (2010). O ser humano quando se apropriou do uso da linguagem provocou uma mudança e revolução, sem precedentes, no mundo, alterando os padrões de comportamentos típicos em significados simbólicos, gerando como consequências com o passar dos tempos, que não existem nem fronteiras e nem barreiras físicas para a comunicação acontecer.

Com a internet, a comunicação se torna um sonho possível para toda a humanidade sem nenhum empecilho. Sendo necessário apenas, possuir acesso a um sinal de *Wi-fi* se torna possível estar conectado e inserido no ecossistema digital e o mundo inteiro disponível na palma da própria mão. Além de uma mudança social se constitui uma mudança paradigmática na estrutura da sociedade atual por modificar a maneira como o ser humano se relacionarem entre si.

Neste redescobrimento da sociedade civil no ambiente digital, Habermas (2002) vai usar a expressão “relações de associação” para simbolizar as novas interações sociais que estão ocorrendo na estrutura da Esfera Pública. Antes, a comunicação ocorria de maneira verticalizada de uma instituição para a sociedade, ou seja, no modelo “um para muitos”, sendo a principal característica do *broadcasting*. Enquanto, atualmente, a comunicação está cada vez mais horizontalizada dilatando os limites da esfera pública e provocando também, a própria fragmentação dela, surgindo a comunicação semipública, que gira em torno de si mesma e, com isso, deforma a percepção da esfera pública política como era conhecida até então. Resultando na criação de circuitos de comunicação que se isolam dogmaticamente uns dos outros, apresentando tendências inerentes, que são ao mesmo tempo, dissolução das fronteiras quanto fragmentação da política e da opinião majoritária. Criando o que Habermas (2023) chama de nova esfera pública plataformizada, tendo nas condições sociais tanto materiais quanto simbólicas, incluindo também, as condições institucionais necessárias para a efetivação das práticas de autodeterminação política entre os cidadãos. Por terem agora a possibilidade em

assumir o protagonismo nos meios comunicativos além da antiga possibilidade de apenas consumir a informação-notícia.

Dessa maneira, a comunicação horizontal permite que leitores, ouvintes e espectadores assumam de maneira espontânea o papel de autores, recuperando o papel de participação dos cidadãos no processo de comunicação e, conseqüentemente, pela construção de sentido e, também, social da realidade. Sendo assim, não existe uma unidirecionalidade dos conteúdos entre veículo de comunicação e público. Mas, sim, uma relação ativa, dialógica e bidirecionalidade entre veículo de comunicação-público e vice-versa. E, neste cenário, o papel do jornalista será muito mais que um mediador, assumindo uma função pedagógica. Pois, a imprensa possui como função social facilitar que os cidadãos possam “ler” e interpretar o mundo para assim, se posicionarem na esfera pública para exercerem a própria cidadania.

Por exemplo, a comunicação na esfera digital possui características próprias, como a maneira de transmitir a notícia, textos com frases mais curtas e diretas, utilizar mais o uso de vídeos, inovar com a curadoria por áudio assim, enquanto o receptor está desenvolvendo outra atividade vai consumindo a informação (muito parecido com a ideia da sonora do rádio). Com apenas 36 anos no Brasil, a internet que começou apenas no cenário das universidades em São Paulo e no Rio de Janeiro precisou de 8 anos para começar a ter os primeiros provedores comerciais e, dessa maneira, ampliar o alcance além dos muros das universidades. Mas, o desejo em fazer parte do novo foi alimentado nas massas com a criação das redes sociais, tendo no Orkut, criado em 19 de janeiro de 2004, pelo engenheiro turco Orkut Buyukkoten, a primeira rede social de amplitude internacional. Logo depois de 3 anos, em 2007, iniciou a disseminação com o surgimento dos *smartphones* e da conexão em 3G. Atualmente, em 2025 estamos na conexão 5G e a comunicação digital alcançando os relógios, que estão incorporando as mesmas funções e habilidades dos “antigos” *smartphones*.

No oceano de informação surgiram novos agentes transformacionais, a partir das mudanças estruturais, culturais e tecnológicas, o público foi permitido ampliar e ecoar a própria voz através das ferramentas de produção, com baixo custo de distribuição e interatividade, como as redes sociais. Com isso, surge um novo agente no jornalismo a audiência potente, como conceitua a professora

Mesquita (2002), sendo a lógica predominante na internet ao pensar no público no digital pela capacidade em disponibilizar muitos conteúdos através dos dispositivos conectados à internet, principalmente nas redes sociais. Dessa maneira, foram construídas novas perspectivas comunicacionais neste ambiente digital, rompendo assim com antigos paradigmas e desenvolvendo novas estruturas e um novo ecossistema comunicacional.

Neste novo contexto paradigmático-social, a cooperação e a colaboração constituem palavras de ordem neste novo momento da sociedade em rede. E pensar o próprio trabalho jornalístico para a audiência potente que cada vez mais deseja e nutre a vontade genuína de cooperar e colaborar é vital para a própria sobrevivência do jornalismo neste momento histórico atual. Também, é importante refletir que neste cenário atual, a intervenção do público diante do processo de conteúdo jornalístico amplia o debate e as fontes jornalísticas tradicionais começam a disputar visibilidade midiática com a audiência potente, que também quer se vista e ouvida no produto jornalístico, que são as notícias. Dessa maneira, a audiência potente está revolucionando o universo da cooperação comunicacional, possibilitando romper a hegemonia política e social com novos assuntos contemplados, alterando alguns valores-notícia e a relação veículos-consumidores de informação.

Outra reflexão importante corresponde a economia da atenção, sendo o “pagamento” pelo conteúdo gratuito disponível nas plataformas de redes sociais: o tempo do usuário. Segundo pesquisas recentes, o brasileiro é a segunda nação que mais está conectado nas redes sociais, sendo aproximadamente dez horas e oito minutos por dia, ou seja, aproximadamente 154 dias por ano. Ou seja, o tempo está sendo pago como moeda para os anunciantes que estão inseridos no ambiente digital. Desse modo, o antigo modelo de negócios do jornalismo em que os anunciantes pagam pela produção jornalística e o público paga com a atenção permanece atual e vigente no ambiente digital. Paralelamente, também existe outra maneira de ganhos por parte das empresas tecnológicas como Facebook, YouTube, Instagram e Twitter são controladas pelos algoritmos digitais e, com isso, conquistam os lucros através da exploração dos dados dos usuários livremente cadastrados para terem acesso àquela determinada plataforma comunicacional, que serão comercializados para campanhas publicitárias ou como mercadorias, retroalimentando assim, o sistema digital.

Sendo importante tecer uma reflexão sobre o capitalismo de vigilância, em que nas campanhas publicitárias tradicionais existe a responsabilidade pela propaganda veiculada. Enquanto, no digital como ainda não existe uma legislação específica e pela utilização de estratégias publicitárias individualizadas com o uso dos algoritmos digitais para a mercantilização dos contextos do mundo da vida dos usuários. A presente pesquisa constatou que o algoritmo digital presente na curadoria de notícias, atualmente, é um marco para o jornalismo assim como, a estruturação do *lead* e *sub-lead* foram para o jornalismo, no século passado. Com isso, pode-se concluir que estamos vivendo uma profunda transição sociotécnica na sociedade com a nova mídia nas redes sociais, pois existe uma profunda transformação no caráter da comunicação pública, por não ter um autor responsável pelo conteúdo propagado visto que em nenhuma das etapas do processo de produção de conteúdo: gravação, edição e compartilhamento existe um agente responsável pela informação propagada.

Neste sentido, o caminho sem volta em direção à plataformação da esfera pública compromete a sobrevivência da mídia tradicional pelo aspecto econômico, tendo a diminuição da influência dos jornalistas na sociedade assim como, a necessidade urgente de adaptar-se aos novos padrões profissionais da nova mídia. Como consequência, os jornais impressos estão diminuindo a tiragem proporcionalmente como estão minguando as receitas publicitárias dos mesmos. Neste cenário, os jornais sobreviventes estão cortando os custos cada vez mais enxugando as redações e aumentando as condições precárias de trabalho ocasionando mais ainda o enfraquecimento do poder interpretativo da imprensa tradicional diante do surgimento da esfera semipública.

Muitos dos entrevistados ao longo da pesquisa falaram da necessidade urgente para o jornalismo se reinventar e pensar em novos modelos de negócios para a sobrevivência e manutenção do próprio jornalismo. Pois, com a diminuição das vendas dos jornais impressos compromete a base econômica da mídia tradicional que ainda não consegue competir com as vendas comerciais na internet que tem muitos agentes de comunicação que entregam informação gratuitamente. Algo carente e urgente para o mercado jornalístico repensar e inovar com novos modelos de negócios em que a atenção não seja a moeda principal para ser paga aos anunciantes pois, incentiva a aceleração do consumo

na sociedade capitalista. Pois, este fenômeno de *audience turn* provoca a tendência mercadológica de desprofissionalização e a interpretação do ofício jornalístico como um serviço neutro e despolitizado.

Atualmente, a informação consumida em uma única edição do jornal *The New York Times* possui mais conteúdos do que toda a informação consumida durante toda a vida de um cidadão inglês, no século XVII. Com toda essa avalanche informativa é imprescindível a presença profissional para direcionar o público neste oceano de informação, sendo vital a presença da curadoria de notícias como solução para organizar as informações no ambiente digital, no atual momento de avalanche informativa para entregar informação de qualidade na sociedade. Pois, sem a curadoria algorítmica seria impossível para os usuários utilizarem a web semântica com tanta informação propagada e pouca capacidade de processá-los, levando a humanidade para a ignorância bem-informada além de ser inviável os sistemas de produção de conhecimento no universo digital. E, assim, o curador de notícias assume este papel social para proteger o bem-mais precioso da sociedade: a comunicação humana.

Atualmente, na economia digital o desenvolvimento dos algoritmos curadores constitui uma das atividades mais lucrativas a partir de noticiário jornalístico ou blogs pessoais, com o objetivo de oferecer conteúdos noticiosos para projetos de marketing empresarial. A citar como exemplo, a curadoria algorítmica realizada pelo Google News, com as principais notícias divulgadas na imprensa mundial e, entrega um boletim customizado para os usuários. Dessa maneira, cumpre as principais características da curadoria algorítmica: identificar a relevância da informação que será compartilhada com o público, incorporando o valor através da pesquisa dos dados selecionados para o compartilhamento entre os membros ativos de uma comunidade para a formação do capital intelectual coletivo da mesma.

A presente pesquisa também destacou que no universo digital existe um destaque para a curadoria de notícias referente aos assuntos que conquistam os *trends* do momento, sendo incorporado pela lógica dos algoritmos que irão influenciar no ranking do conteúdo que é compartilhado para os usuários nas plataformas digitais. Com isso, observa-se uma grande influência entre os assuntos que são debatidos na esfera pública digital e o jornalismo praticado nas redações pelo trabalho dos algoritmos, tornando as métricas quantitativas das

redes sociais tornam-se também mais um critério de noticiabilidade para a imprensa a partir do “termômetro” da audiência, requerendo dos profissionais que tenham o *feeling* em perceber a notícia que irá mais ser vista, curtida e compartilhada. Pois, os mesmos, serão cobrados pelos números de audiência para terem as metas de acesso alcançadas.

Para a sobrevivência da sociedade democrática é vital o diálogo sobre a função social do jornalismo e quando este age com indiferença, negligenciando a própria missão profissional se omitindo em facilitar o diálogo social toda a sociedade perde o espaço de diálogo e debate público para buscar caminhos e soluções para os problemas da humanidade. Já imaginou o colapso da civilização humana se as *fake news* “vencessem” e um grupo minoritário tivesse o controle total e absoluto das informações que estivessem sendo propagadas na sociedade no meio digital? Uma pequena demonstração deste cenário ocorreu no período de pandemia da Covid-19 quando as *fake news* foram disparadas contra a vacinação.

Segundo pesquisa divulgada pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), em 2022, cerca de 400 mil mortes poderiam ter sido evitadas no Brasil durante a pandemia da Covid-19 caso todos os brasileiros tivessem sido vacinados ou completados o esquema vacinal. Pois, de acordo com o Instituto Butantan (2021), 96% das mortes no Brasil por Covid-19 são de quem não tomou a vacina ou não completou o esquema vacinal. Este é um exemplo de tantos que temos da importância em cuidar e zelar pela comunicação humana. E, consequentemente, fortalecer a democracia e o próprio Estado de Direito Democrático. Pois, as ameaças que constituem os aspectos negativos da crescente acelerada da internet envolvem a fragmentação e a quebra de padrões sociais, como o isolamento social. Além da mercantilização e manipulação populista com o controle do algorítmico e a propagação de *fake news*, no cenário atual de pós-verdade. O Senado Federal Brasileiro está com o Projeto de Lei 2630/2020, que está em tramitação com a Lei das Fake News, para regulamentar e responsabilizar os reais responsáveis pela propagação criminosa de notícias falsas.

A sociedade espera que os indivíduos sejam capazes de tomar as próprias decisões políticas a partir do equilíbrio entre dois campos de tensão, de um lado o próprio interesse e do outro lado, a orientação ao bem comum para a

sociedade. Essa tensão é levemente aliviada a partir do espaço de comunicação na esfera pública política para dialogar dentre os fluxos de comunicação pública sobre o diálogo nos temas de interesse comum entre os assuntos privados e as questões públicas que serão discutidos na esfera pública política para que os cidadãos possam tomar decisões políticas. Por isso, é vital para a manutenção do sistema democrático atual o papel do jornalista como maestro na mediação do debate público.

É importante refletir e cobrar das autoridades profissionais competentes um código deontológico que contemple os desafios vivenciados na era digital, sendo imprescindível no futuro próximo a elaboração de um manual, que abarque as necessidades e urgências do universo digital diante da postura ética profissional e do enfrentamento das *fake news*. Também, observar como países desenvolvidos estão lidando com a situação, à exemplo, do governo canadense que bloqueou o compartilhamento de notícias nas redes sociais por compreender que o espaço é destinado ao entretenimento e não representa informação.

A presente pesquisa aponta como crítica social que a principal característica da curadoria das notícias consiste, equivocadamente, uma estrutura puramente mercadológica pela ótica dos profissionais. Sendo necessário e vital ultrapassar a função mercadológica de fragmentação do público para satisfação ótima de “audiências certas”, conforme o interesse da estrutura de poder, para destacar o compromisso ético imprescindível de satisfação do bem-comum e do interesse universal do conjunto da sociedade, como constitui a função social do jornalismo.

As mudanças estruturais e paradigmáticas vivenciadas pelo ser humano atualmente impactam diretamente o agir comunicacional, principalmente no tocante a percepção do outro, especialmente na esfera do mundo digital, em que a maioria do conteúdo encontra-se entregue e disseminado de maneira gratuita. Neste contexto, surgem as comunidades digitais locais em que a cooperação mútua é estimulada entre os participantes. Com isso, a cooperação torna-se um grande difusor de conhecimento. Sendo imprescindível para o jornalista e o curador de notícias aprenderem a trabalhar em parceria com as comunidades digitais locais.

Com tantas mudanças ocorrendo em ritmo acelerado e frenético, a sociedade em rede vive uma ansiedade informativa, por sentir a pressão de estar acompanhando e bem-informado sobre tudo o que acontece no mundo. As repercussões da ansiedade informativa na ausência de condições para compreender a informação transmitida além do desconhecimento da existência de uma informação também. Como consequência a infodemia provoca a disseminação de informações imprecisas ou falsas assim como, dificulta o acesso às fontes confiáveis diante da avalanche informativa disponível. Mais uma vez, a presença do curador de notícias se torna essencial para organizar, selecionar e compartilhar com os indivíduos as notícias verídicas, possibilitando assim devolver aos indivíduos mais tempo de qualidade na própria vida, permitindo estar desconectado do digital e conectado à vida real. Sair um pouco da *second life* e existir, de fato, como cidadão do mundo. E como tal, lutar para proteger a humanidade assim como os valores e ideais humanos.

A presente tese aponta a curadoria de notícias como um contributo para a qualidade do jornalismo e, com isso, vislumbra em um futuro próximo, que haverá nas redações do Brasil vagas destinados para jornalistas atuarem como curadores de notícias para levar informação selecionada para os leitores seja para os assinantes ou para o público em geral. Essa necessidade já é atual e algumas empresas de tecnologia mundiais, como o *Facebook*, já tem no quadro de funcionários especialistas em curadores de notícia para trabalhar junto com o algoritmo *EdgeRank*¹⁴.

Dessa maneira, a presente pesquisa identificar tanto a cooperação entre os usuários através da audiência potente como a cooperação dos algoritmos com o trabalho desenvolvido pelos jornalistas curadores de notícias por compreender que o algoritmo digital se constitui o elemento, que estabelece a relação bidirecional entre a influência que o jornalismo exerce na curadoria de notícias e, em contrapartida, a influência que a curadoria de notícias exerce no jornalismo. Além da pesquisa contribuir cientificamente para a sociedade contemporânea ao apresentar de maneira clara e objetiva o fenômeno atual vivenciado pela sociedade em rede e pelos jornalistas, com apontamentos e direcionamento da compreensão paradigmática social.

¹⁴ É interessante notar que o post no *Facebook* se chama de *Edge*, com isso, a tradução do nome do algoritmo *EdgeRank*, literalmente corresponde a ranking de posts.

A pesquisa apresenta resultados inéditos diante do conceito de profissionalismo no jornalismo proposto por Soloski (2016), a pesquisa não identificou uma nova profissão surgindo. Apenas, diante da unanimidade de todos os entrevistados, ao se identificarem como jornalistas que também realizam a curadoria de notícias. Apresentando dessa maneira, que o campo original é o jornalismo. Porém, o objeto de atuação profissional é o objeto curadoria de notícias, por ser um segmento da própria profissão assim como a fotografia, a assessoria de comunicação, dentre outras vertentes profissionais. Com isso, observa-se que ainda é recente essa mudança profissional. Mas, percebe-se que é um caminho sem volta visto que a sociedade não irá desacelerar o ritmo e a produção no universo digital.

Também, é importante destacar as similaridades identificadas entre a entrega do trabalho jornalístico e a entrega do trabalho do curador de notícias. Ambos, possuem o compromisso social com a responsabilidade ética com a verdade, checagem dos fatos e combater as *fake news*. Com isso, identifica na essência profissional o cuidado com o bem mais precioso da humanidade: a informação na comunicação humana.

É válido enfatizar que o zelo no fruto do próprio trabalho: a notícia, é observada em toda a fase de produção do conteúdo informacional. Desde o início, na apuração, até a última etapa, na distribuição e entrega da notícia para a sociedade é destacado o cuidado e o compromisso com a função social profissional: proteger as sociedades democráticas contra sistemas e grupos ditatoriais, buscando o bem-comum. Por isso, a cultura pop ilustra tão bem o personagem dos quadrinhos Superman¹⁵, que como Clark Kent assume o papel de jornalista investigativo, combatendo no jornal de ficção Planeta Diário¹⁶ o crime e a desigualdade social. Com isso, o autor Geraldinho Vieira (1991) publicou o livro: “Complexo de Clark Kent – são super-homens os jornalistas?” trazendo a reflexão sobre o inconsciente coletivo profissional do jornalista diante da cultura pop, que retrata a profissão e o profissional como heróis da sociedade democrática e vigilantes contra a corrupção de grupos privilegiados e poderosos.

¹⁵ O personagem Superman foi criado em 1939, por Jerry Siegel e Joe Shuster, tendo os direitos autorais pertencentes à DC Comics.

¹⁶ O jornal da ficção Planeta Diário é uma inspiração no jornal canadense Toronto Star, onde um dos quadrinistas Joe Shuster trabalhou antes de alcançar a fama com o Superman.

A multiplicidade de formatos e plataformas constitui a pluralização do jornalismo em diversos segmentos de públicos, proporcionando que a sociedade como um todo possa ter acesso à informação, sem ser privilégio de uma determinada camada ou classe social. A imprensa é encontrada onde está o público. Por isso, identifica plataformas sonoras como o rádio, *podcast* e a *newsletter* por áudio. Também, existem as plataformas visuais como jornais impressos, blogs e sites de notícias. Além dos vídeos na televisão e nas redes sociais. O público consegue consumir informação de qualidade no formato, na hora e com a frequência desejada. Ou seja, o público assume o protagonismo e o poder de escolha no processo comunicacional.

O jornalista se torna, através da experiência profissional e do treinamento da prática profissional, o grande camaleão das notícias, tendo a expertise necessária para entregar na sociedade, independente da plataforma midiática, a notícia da melhor maneira para ser comunicada ao seu público. A versatilidade da internet possibilita que a criatividade dos profissionais seja testada ao limite máximo. Todas as possibilidades midiáticas em uma única plataforma de disseminação de conteúdo, chegando até o público gratuitamente, sem nenhum tipo de cobrança financeira para o usuário pois, os custos operacionais já foram rentabilizados pela publicidade paga. Dessa maneira, muitos autores observam o curador de notícias, como o grande fertilizador de informações ou sendo como abelhas dentro da colmeia da grande mídia.

Os jornalistas curadores de notícia possuem habilidades e competências similares em ambas as atuações profissionais, tais como: a utilização de ferramentas digitais na produção da notícia, estruturação e organização da informação (o lead e a estrutura da pirâmide invertida se aplica neste caso), as fontes jornalísticas que concedem furos e informações privilegiadas, criticidade e atribuição de sentido ao agregar valor as informações propagadas e o uso de contação de histórias como maneira de narrar a notícia humanizar o conteúdo propagado. Dessa maneira, os critérios de noticiabilidade assim como, os manuais de redação são diretrizes para os jornalistas e curadores de notícia durante a atuação profissional para identificar a informação que seja relevante e a maneira de entregá-la que seja atrativa e condizente com a linha editorial do veículo para o qual ele exerce o seu trabalho.

Neste novo desafio da esfera pública digital com a inteligência artificial em pleno desenvolvimento, robôs escrevendo matérias jornalísticas é de suma importância o debate promovido pela presente tese em pensar todas essas transformações e o impacto delas no profissional, na profissão e na sociedade como um todo. Os profissionais jornalistas e curadores de notícias precisam estar prontos e aptos a utilizarem os benefícios das mudanças para otimizar o trabalho burocrático, como o processo de alimentação das informações, e continuar incentivando o pensamento crítico social. As profissões estão a cada dia mais diferentes e inovando em uma velocidade que humanamente é desafiador acompanhar através das curadorias descentralizadas e, no mesmo ritmo, segue a sociedade em rede. A cada dia cresce a multiplicidade de vozes no jornalismo a partir da inserção de profissionais de vários nichos sociais: pessoas pretas, mulheres, pessoas trans pois, uma redação que contemple as minorias vai poder proporcionar o debate plural para a sociedade, trazendo mais criatividade, inclusão e inovação na prática.

Com isso, a presente tese aponta como perspectivas de futuras pesquisas analisar o impacto da inteligência artificial no trabalho jornalístico assim como, na produção da curadoria das notícias. Além do cuidado e preocupação com as questões éticas e a qualidade dos conteúdos produzidos por jornalistas e curadores de notícias.

Ao pensar no futuro do jornalismo e da curadoria de notícias cinco aspectos são fundamentais empreendedorismo, flexibilidade, melhores condições de trabalho, diversidade e jornalismo descentralizado. A capacidade empreendedora dos jornalistas precisa ser incentivada, buscando novas maneiras de modelo de negócios e sobrevivência profissional seja através de editais, bolsas-reportagens, dentre outras possibilidades. O jornalismo e o jornalista precisam se perceber enquanto categoria profissional e não, apenas pela função social da profissão, que irão combater as desigualdades sociais e vigiar os órgãos públicos. Ao se perceber como trabalhadores haverá cobrança para as empresas dos seus direitos profissionais e, conseqüentemente, melhorias das condições de trabalho. Também, é importante destacar a diversidade de profissionais nas redações para trazer uma maior diversidade da sociedade presente nas pautas e, assim, com a descentralização das notícias conseguir descentralizar a fonte financeira de renda.

A presente pesquisa também constituiu como base para a primeira disciplina ministrada no ensino superior público sobre “a curadoria de notícias no Brasil”, desenvolvendo também participação em palestras em congressos, cursos e Workshops na área para preparar os profissionais para as mudanças que estão ocorrendo. Com isto, cumpre o status social acadêmico de gerar conhecimento nas comunidades e ir além dos muros da universidade.

ANEXO I – GUIA DAS ENTREVISTAS EPISÓDICAS

1. Nome completo:
2. Profissão:
3. Idade:
4. Há quanto tempo você trabalha como jornalista?
5. Você se vê como jornalista(o) ou como curador(a) de notícias? Conte como se sente em relação a sua resposta.
6. Você considera a curadoria de notícias uma nova vertente do jornalismo? Por quê?
7. Como você observa que a curadoria de notícias influencia o jornalismo?
8. Você observa que as redes sociais pautam a redação jornalística? E o seu trabalho, você observa que é pautado pelas redes sociais?
9. Você observa uma mudança na sua rotina profissional com a curadoria de notícias?
10. Qual futuro e quais inovações você espera para a curadoria de notícias nos próximos anos? E, para o jornalismo? Como você espera que esteja o cenário profissional nos próximos cinco anos?

REFERÊNCIA

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado**. 3 ed. Lisboa: Editorial Presença/Martins Fontes, 1980.

AMARAL, A. **Curadoria de informação e conteúdo na web**: uma abordagem cultural. In: CORREA, E. N. S. (org.). Curadoria Digital e o campo da comunicação. São Paulo: Eca-USP, 2012, p. 40-50. Disponível em: http://issuu.com/grupo-ecausp.com/docs/ebook_curadoria_digital_usp#download Acessado em 15 de julho de 2021.

ANDERSON, C. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

ATKINSON, J.M.; HERITAGE, J. (1984). **Structures of Social Action**: Studies in Conversation Analysis. Cambridge: Cambridge University Press.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Annablume, 2002.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

BAUMAN, Z. **Towards a Critical Sociology**: an Essay on Common Sense and Emancipation. London: Routledge, 1976.

BEAGRIE, N. **The Digital Curation Centre**. Learned Publishing, v. 17, n. 1, p. 7–9, Jan. 2004.

BENNETT, Pfetsch. Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres. **Journal of Communication**. v. 68, n. 2, 2018.

BERCKEMEYER, Fernando. A mentira da pós-verdade. Disponível em <<https://www.revista-uno.com.br/numero-27/a-mentira-da-pos-verdade/#:~:text=Um%20desses%20termos%20que%20os,mais%20profundas%20dizia%20Nietzsche>> Acessado em 10 de janeiro de 2022.

BERG, Rakowski. Thiel, Die digital Konstellation. Eine Positionsbestimmung, Zeitschrift fur Politikwissenschaft, v. 30, p. 171-191, 2020.

BERGER, P. T.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

BEZERRA, E. T. C. **Curadoria de informação**: nova possibilidade de atuação do profissional da informação. 2017, 60 f. Trabalho de conclusão de curso

(Monografia) – Curso de graduação em Biblioteconomia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

BHARGAVA, R. **Manifesto for the content curator: the next big social media job of the future?** 2009. Disponível em <http://rohitbhargava.com/2009/09/manifesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future.html> Acesso em 15 de julho de 2021.

BILLIG, M. (1987). **Arguing and Thinking: a Rhetorical Approach to Social Psychology**. Cambridge: Cambridge University Press.

_____. (1988). **Methodology and Scholarship in Understanding Ideological Explanation**. In: C. ANTAKI (ed.). *Analysing Everyday Explanation: a Casebook of Methods*. London: Sage.

_____. (1991). **Ideology and Opinions: Studies in Rhetorical Psychology**. Cambridge: Cambridge University Press.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRAMBILLA, Ana. **Para entender as Mídias Sociais**. Disponível em < <https://issuu.com/anabrambilla/docs/paraentenderasmidiassociais> > Acesso em 03 de setembro de 2024.

BREED, Warren (1952). **The Newspaperman, News and Society**. Tese de doutoramento, Columbia University.

BREED, Warren. **Controle social na redação: uma análise funcional**. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teoria e “estórias”*. Florianópolis: Insular, 2016.

BRUYNE, P. de; HERMAN, J.; SCHOUTHEETE, M. de. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais**. 5.ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991.

BUENO, Wilson da Costa. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. São Paulo: Manole, 2015.

BURMAN, E. (1990). **Differing with Deconstruction: a Feminist Critique**. In: I. PARKER & J. SHOTIER (eds.). *Deconstructing Social Psychology*. London: Routledge.

BUTANTAN, Instituto. **No Brasil, 96% das mortes por Covid-19 são de quem não tomou vacina; só imunização coletiva pode controlar a pandemia**. Disponível em < <https://butantan.gov.br/noticias/no-brasil-96-das-mortes-por-covid-19-sao-de-quem-nao-tomou-vacina--so-imunizacao-coletiva-pode-controlar-a-pandemia> > Acesso em 06 de novembro de 2023.

CAREY, J. W. The Press, Public Opinion, and Public Discourse. In Glasser, T. e Salmon, C. (ed.). **Public Opinion and the Communication of the Consent**, New York, Guilford Press. 1995.

CARLSON, Matt. **Journalistic Authority**: Legitimizing News in the Digital Era. New York.: Columbia University Press, 2017.

CARVALHO, Andréa Vasconcelos. Curadoria de conteúdo: entre os desafios e as perspectivas da Gestão da informação digital. In: CARVALHO, Andréa Vasconcelos; NETO, Pedro Alves Barbosa. **Desafios e perspectivas em Gestão da informação e do conhecimento**. Natal: EDUFERN, 2020, p. 175-223.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Paz e Terra, 2010.

CASTILHO, C. A. V. **O papel da curadoria na promoção do fluxo de notícias em espaços informativos voltados para a produção e conhecimento**. 2015. 155f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

CASTILHO, Carlos; COELHO Christianne. **Curadoria de notícias e jornalismo na produção de conhecimento**. Estudos em Jornalismo e Mídia. n. 1, v. 11, jan/jun de 2014. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p305/27194> > Acesso em 25 de abril de 2021.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois**. Revista Rumores, no 23, vol. 12, janeiro – junho 2018).

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo**: buscas práticas para uma Teoria da Ação Jornalística. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

_____. **Jornalismo**: linguagem e espaço público dos conflitos da atualidade. São Paulo: Inédito, 2009.

COBO, S. **Internet para periodistas**: kit de supervivência para a era digital. Barcelona: Editorial UOC, 2012.

CORREA, E. N.S. (org). **Curadoria Digital e o campo da comunicação**. São Paulo: Ed. Eca-USP, 2012. Disponível em: < http://issuu.com/grupo-eausp.com/docs/ebook_curadoria_digital_usp#download > Acessado em 15 de julho de 2021.

CORREA, E. S.; BERTOCCHI, D. **A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo**: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. Matrizes, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 123-144, jan./jun. 2012.

CORREIA, Paulo Metling. **O reflexo da Teoria do Espelho na prática jornalística**. V. 2 n. 1 (2016): Caderno de Resumos. Disponível em < <https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisvinci/article/view/1849> > Acessado em 17 de novembro de 2024.

CORREIA, João Carlos. A teoria da comunicação de Alfred Schultz. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

CORTELLA, M.S.; DIMENSTEIN, G. **A Era da Curadoria: o que importa é saber o que importa!**. Campinas: Papirus 7 Mares, 2017.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e Verdade**. Instituto Piaget, Lisboa: 1994.

COULTHARD, M.; MONTGOMERY, M. (eds.) (1981). **Studies in Discourse Analysis**. London: Longman.

DALE, St. Content curation: the future of relevance. **Business Information Review**, v. 31, n. 4, p. 199-205, 2014.

DARNTON, Robert. **Writing news and telling stories**. Daedalus, v. 104, primavera, 1975.

ELIAS, Norbert. **Escritos e Ensaios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

ERNESTO, E. Marketing e comunicações nos serviços de curadoria de informações: eixos teóricos e reflexões desenvolvidas em contexto acadêmico. **REBECIN**, v. 1, n. 2, p. 113-129, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://abecin.org.br/revista/index.php/rebecin> Acessado em 15 de julho de 2021.

FAIRCLOUGH, N. (1989). **Language and Power**. Harlow: Longman.

FALCÃO, Paula; Souza, Aline Batista de. **Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da Covid-19 no Brasil**. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 55-71, jan./mar. 2021. Disponível em < <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/iciict/47085/2219-9461-1-PB.pdf?sequence=2&isAllowed=y> > Acesso em 6 de setembro de 2023.

FIOCRUZ. **Nesses dois anos o Ministério da Saúde atuou contra o SUS**. Disponível em < <http://www.epsjv.fiocruz.br/noticias/entrevista/nesses-dois-anos-o-ministerio-da-saude-atuou-contra-o-sus> > Acesso em 16 de setembro de 2021.

FLICK, Uwe. **Entrevista Episódica**. In: GASKELL, George; BAUER, Martin. Pesquisa Qualitativa com texto imagem e som: um manual prático. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

FORST, Toleranz im Koflikt. Geschite, Gehalt und Gegenwart eines umstrittenen Begriffs.

FOUCAULT, M. (1977). **Discipline and Punish: the Birth of the Prison**. Harmondsworth: Penguin.

_____. (1981). **The History of Sexuality**. London: Pelican.

_____. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

FOWLER, R.; KRESS, G. *et al.* (1979). **Language and Control**. London: Routledge.

GANS, Herbert. **Deciding what's news**: a study of Evening News, NBC Nightley News, Newsweek and Time. New York: Pantheon Books, 1979.

GANS, Herbert. **Democracy and the news**. New York: Oxford University Press, 2003.

GARFINKEL, H. (1967). **Studies in Ethnomethodology**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

GAUS, Rationale. **Rekonstruktion als Methode politischer Theorie zwischen Gesellschaftskritik und empirischer Politikwissenschaft, Politische Vierteljahresschrift**, v. 54, n. 2, 2013.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**: Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

GILL, Rosalind. (1995). **Relativism, Reflexivity and Politics**: Interrogating Discourse Analysis from a Feminist Perspective. In: S. WILKINSON & C. KITZINGER (eds.). **Feminism and Discourse**. London: Sage.

_____. (1998). **Dialogues and Differences**. In: C. GRIFFIN, K. HENWOOD; A. PHOENIX (eds.). **Standpoints and Differences: Essays in the Practice of Feminist Psychology**. London: Sage.

_____. (2002). **Análise de discurso**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

GLEICK, James. **The Information**. A History, a Theory, a Flood. New York: Pantheon Books, 2011.

GOFFMAN, Erving. **Os Quadros da experiência Social**: Uma Perspectiva de Análise. Petrópolis: Vozes, 2012.

GOLDNER, F. H.; RITTI, R. R. (1967). **Professionalization as career Immobility**. *American Journal of Sociology*, 72.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo**. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1997.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GUALLAR, J. Artículos de curación de contenidos. Categorías y ejemplos. Anuario ThinkEPI, v. 11, p. 210-216, 2017. Disponível em: <http://disposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/119313/1/675155.pdf> Acessado em 15 de julho de 2021.

GUALLAR, J.; LEILA-AGUILERA, J. **El contenido curator**: guía básica para el nuevo profesional de internet. Barcelona: UOC, 2014. (E-book).

GUERRA, Josenildo. **O percurso interpretativo da notícia**. São Cristovão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa**. São Paulo: UESP, 2023.

_____. **Teoria do agir comunicativo**: sobre a crítica da razão funcionalista (vol. 2). São Paulo: Martins Fontes, 2012.

_____. **Verdade e justificação**: ensaios filosóficos. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. **Agir Comunicativo e Razão Destranscendentalizada**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2002.

_____. **A inclusão do outro**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

_____. **Teoría de la Acción Comunicativa: complementos y estudios previos**. Madrid: Ediciones Cátedra, 2001.

_____. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 1997, v. I-II.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. **Pensamento pós-metafísico**: estudos filosóficos. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: UNESP, 1990.

_____. **Knowledge and Human Interests**. Cambridge: Polity Press, 1987.

HALL, Richard E. **Professionalization and Bureaucratization**. American Sociological Review, vol. 33, n. 1, 1968.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HALL, Stuart; CHRITCCHER, Chas; JEFFESON, Tony. **A produção social das notícias: o *mugging* nos mídia**. In: TRAQUINA, NELSON (Org). Jornalismo: questões, teoria e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.

HANDLEY, A. What content curation can do for your business – and three things it can't. **Communication World**, v. 29, n. 1, jan./fev. 2012.

HERITAGE, J. (1984). **Garfinkel and Ethnomethodology**. Cambridge: Polity Press.

HERTHER, Nancy. **Content curation: a look of the some of the best**. The Magazine for Database Professionals, p. 26-35, out. 2012.

HOHFELD, Die. **Post-truth-ara: kommunikation im zeitalter von gefuhlten wahren und alternativen fakten**.

HOLTZ, S. A matter of substance: the problem isn't information overload – it's filter failure. Content curation is the answer. **Communication World**, v. 29, n. 1, jan./fev. 2012.

HODGE, R.; KRESS, G. (1988). **Social Semiotics**. Cambridge: Polity Press.

HUGHES, Everett Cherrington. **Men and the Their Work**. Glencloe, Ill.: The Free Press, 1958.

JARREN, O.; FISCHER, R. **Die Plattformisierung von Öffentlichkeit und der Relevanzverlust des Journalismus als demokratische Herausforderung**. In: SEELIGER, M.; SEVIGNANI, S. (orgs.). Ein erneuter Strukturwandel der Öffentlichkeit? Leviathan, caderno especial, n. 37, Baden-Baden, 2021.

JOHNSON, T. J. **Professions and Power**. London: Macmillan.

JORGE, T. M. **Mutação no jornalismo: como a notícia chega à Internet**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

JUNGK, Isabel. **Métodos para a investigação do real**. Teccogs: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, TIDD | PUC-SP, São Paulo, n. 12, p. 37-65, jul-dez. 2015.

KANTER, B. **Content curation primer**. 2011. Disponível em: <<http://www.bethkanter.org/content-curation-101/>>. Acessado em 15 de julho de 2021.

KRESS, G.; HODGE, R. (1979). **Language as Ideology**. London: Routledge.

LAGE, Nilson. **A reportagem**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LANGUENS GARCIA, J. **Curso de conteúdo curation**: concepto, definición y objetivos. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid, 2013.

LARSON, M. S. **The rise of professionalism**: a sociological analysis, Berkeley, Ca.: University of California Press, 1977.

LAURENCE, P. R.; LORSCH, J. W. **Organization and Environment, Homewood**. Il: Richard D. Irwin, 1969.

KORNHAUSER, W. **Scientists in industry**: conflict and accommodation, Berkeley, Ca.: University of California Press, 1963.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003

LEE, C. A.; TIBBO, H. **Where's the Archivist in Digital Curation? Exploring the Possibilities through a Matrix of Knowledge and Skills**. Archivaria, v. 72, p.123-168, 2011. Disponível em: <<https://ils.unc.edu/caltee/p123-lee.pdf>>. Acesso em: 23 de abril de 2021.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. (10ª ed). São Paulo: Edições Loyola, 2015.

MADUREIRA, Francisco Bennati. **Cidadão-fonte ou cidadão-repórter? O engajamento do público no jornalismo dos grandes portais brasileiros**. Dissertação de mestrado. São Paulo: USP, 2010.

MARCHIORI, P. Z. **Gestão da informação**: fundamentos, componentes e desafios contemporâneos. In: SOUTO, L. F. Gestão da informação e do conhecimento: práticas e reflexões. Rio de Janeiro: Interciência, 2014, p. 26-45.

MAY, A. *et al.* Filter & follow: how social media foster content curation. **Sigmetrics'14**, Austin Texas, p. 43-55, jun. 2014.

MEAD, George. **Mind, self & society**. Chicago: The University of Chicago Press, 1967.

MEDITSCH, Eduardo. **Gêneros de discurso, conhecimento, intersubjetividade, argumentação**: ferramentas para uma aproximação à

fisiologia normal do jornalismo. X Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília/DF, 2001.

_____. **Filosofia de Paulo Freire e práticas cognitivas no jornalismo**. In: Comunicação e Educação. São Paulo, 2003.

MELLO, A. F. de. **A curadoria de informação aplicada ao jornalismo**: uma análise comparativa de aplicativos móveis. 2015. 153 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2015. Disponível em <https://goo.gl/aWxwul> Acessado em 15 de julho de 2021.

MERTON, R.K. & KENDALL, P.L. (1946). **The Focused Interview**, American Journal of Sociology, 51: 541-57.

MESQUITA, Giovana Borges. **Intervenho, logo existo**: a audiência potente e as novas relações no jornalismo. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2014.

MICHEL, M. H. **Metodologia e Pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. São Paulo: Atlas, 2009.

MINDICH, David. **Just the Facts** – How “Objectivity” Came to Define American Journalism, New York and London: New York University Press, 1998.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico dos acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. Lisboa: Vega, 1993.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES. **Preparing the Workforce for Digital Curation**. Washington, DC: The National Academies Press, 2015. 104p. Disponível em: <http://www.nap.edu/catalog.php?record_id=18590>. Acesso em: 23 de abril de 2021.

NEVEU, Erik. **Sociologie du Journalisme**. Paris: Ed. La Découverte, 2001.

NIETZSCHE, Friedrich. **A gaia ciência**. São Paulo: Companhia do Bolso, 2012.

NOELLE-NEUMANN, Elizabeth. **A espiral do silêncio**: nossa pele social. Florianópolis: Estudos Nacionais, 2017.

OGUIBE, Ofu. O Fardo da curadoria. In: Revista do Instituto de Artes da UERJ Concinnitas. Disponível em <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/concinnitas/article/view/44475/30248>> Acesso em 15 de abril de 2021.

PARKER, I. (1992). **Discourse Dynamics**: Critical Analysis for Social and Individual Psychology. London: Routledge.

PARK, Robert. **A notícia como forma de conhecimento** – Um capítulo da sociologia do conhecimento. In STEINBERG, C (organização). Meios de comunicação de massa. Trad. Octávio Mendes Cajado. São Paulo: Cultrix, 1970.

PARK, Robert. Notícia e poder na imprensa. In: BERGER, Christa; MAROCCO, BEATRIZ (Orgs.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PENTLAND, Alex. **Social Physics**: How the Good Ideas Spread – The Lessons of a New Science. Penguin Books, 2014. Edição eletrônica Kindle Books.

PEREIRA, J. V. T. **A curadoria de conteúdos em bibliotecas**: proposta de aplicação na Biblioteca Central do IFRN campus Natal-Central. 2017. 95 f. Trabalho de conclusão de curso (Monografia) – Curso de graduação em Biblioteconomia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2017.

PEREIRA JUNIOR, A. E. V.; MESQUITA, G. B.; ROCHA, H. C. L. da. **Nem jornalista, nem somente audiência**: o cidadão como coprodutor da notícia, novos desafios para o Jornalismo. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 14, n. 1, 2011. DOI: 10.29146/eco-pos.v14i1.923. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/923. Acesso em: 15 jul. 2023.

PERROW, C. **Organizational Analysis**: a sociological view. Monterey, Ca: Brooks/Cole, 1970.

PHILLIPS, E. Barbara. **What is news? Novelty without change?** Journal of communication, v. 26, n.4, 1976.

PIAGET, Jean; GARCIA, Rolando. **Psicogênese e história das ciências**. Petrópolis: Vozes, 2011.

POPPER, Karl. **Lógica das ciências sociais**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

PORTO, M. S. **Mídia, segurança pública e representações sociais**. Tempo Social, São Paulo, USP, v. 21, n.2, p.211-233, 2008.

POTTER, J. (1996a). **Representing Reality**: Discourse, Rhetoric and Social Construction. London: Sage.

POTTER, J. *et al.* (1990). **Discourse**: Noun, Verb or Social Practice, Philosophical Psychology, 3 (2): 205.

POTTER, J.; WETHERELL, M. (1987). **Discourse and Social Psychology**: Beyond Attitudes and Behaviour. London: Sage.

RAMOS, D.O. Anotações para a compreensão da atividade do Curador de Informação Digital. In B. Saad (Org.). **Curadoria Digital e o Campo da Comunicação**. São Paulo: ECA-USP, 2012.

REZENDE, E. Curadoria de conteúdos: o que é? Quem faz? Como faz? 2014. Disponível em <http://pensadorsatinta.blogspot.com/2014/04/curadoria-de-conteudos-o-que-e-quem-faz.html>. Acessado em 15 de julho de 2022.

RITZI, Liberation. **Im Öffentlichkeitsuniversum**. In: SEELIGER, M.; SEVIGNANI, S. (orgs.). Ein erneuter Strukturwandel der Öffentlichkeit? Leviathan, caderno especial, n. 37, Baden-Baden, 2021.

ROCHA, Heitor Costa Lima. **As notícias e as referências de objetividade e intersubjetividade**: ambiguidade e contradição na ideologia do profissionalismo jornalístico. In Revista Âncora, ano 8, vol. 8, n. 2, jul/dez 2021, p. 13-39.

ROCHA, Heitor; ALVES, Anabela Gradim. **Autonomia do jornalista, ética e política editorial**: as implicações do enquadramento da notícia. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia – Universidade Federal de Santa Catarina, vol. 17, janeiro-junho de 2020.

ROSCHO, Bernard. **Newsmaking Chicago**. III: The University of Chicago Press, 1975.

ROSS, Edward Alsworth. **A supressão das notícias importantes**. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (Orgs.). A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2008.

ROTHBERG, Danilo. Jornalismo e informação para a democracia: parâmetros de crítica de mídia. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Vitrine e vidraça**: crítica de mídia e qualidade do jornalismo. Covilhã/Portugal: UBI LabCom Livros, 2010.

RUELLAN, D. **Corte e Costura do Jornalismo**. Líbero, v. 9, n. 18, p. 31-40, 2006.

SAAD, B.; BERTOCCHI, D. O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. In B. Saad (Org.). **Curadoria Digital e o Campo da Comunicação**. São Paulo: ECA-USP, 2012.

SAAD, Elizabeth; SILVEIRA, Stefanie (org.). **Tendências em Comunicação Digital** Vol. 2. São Paulo: ECA-USP, 2017.

SACKS, H.; SCHEGLOFF, E.A.; JEFFERSON, G.A. (1974). **A Simplest Systematics for the Organisation of Turn-taking in Conversation**, Language, 50: 697-735.

SANTAELLA, Lucia. **Teoria Geral dos Signos**: como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2000.

_____. **O Método Anticartesiano de C. S. Peirce**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

SANTANA, Ana. **Jornalismo possível, “codialidade” e investigação**: a prática jornalística no contexto contemporâneo. Tese de doutorado. Recife: UFPE, 2011.

SANTOS, T. N.C. **Curadoria digital**: o conceito no período de 2000 a 2013. 2014. 165 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) -Universidade de Brasília, 2014.

SAVAN, David. **An Introduction to C. S. Peirce Completed System of Semiotics**. Toronto: Semiotic Circle Monograph, 1976.

SCHENKEIN, J. (1978). **Sketch of the Analytic Mentality for the Study of Conversational Interaction**. In: J. SCHENKEIN (ed.). *Studies in the Organisation of Conversational Interaction*. New York, NY: Academic Press.

SCHUDSON, M. The Sociology of News Production Revisited. In: CURRAN, J.; GUREVITCH, M. **Mass Media and Society**. Nova York: Arnold, 2000.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SCOLARI, C. A. **Hipermediaciones**: elementos para uma Teoria de la Comunicación Digital Interativa. Barcelona: Gedisa, 2008.

SEELIGER, Seignani. **Ein erneuter Strukturwandel der Öffentlichkeit? Leviathan**, caderno especial, n. 37, Baden-Baden, 2021.

SEELIGER, Seignani. **Ideologische**. Öffentlichkeit in digitalin Strukturwandel.

SIEBRA, Sandra de Albuquerque; BORBA, Vildeane da Rocha; MIRANDA, Márjory Karoline Fernandes de Oliveira. **Curadoria Digital**: um termo interdisciplinar. In: *Informação & Tecnologia (ITEC)*, Marília/João Pessoa, v.3, n.2, p.21-38, jul./dez. 2016.

SILVA, Fernanda de Barros da. **O regime de verdade das redes sociais online**: pós-verdade e desinformação nas eleições presidenciais de 2018. 2019. 157 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

STARK, R. **Policy and the Pros**: an organizational analysis of a Metropolitan Newspaper. *Berkeley Journal of Sociology*, v. 07, 1962.

SOCIAL, We Are. **Digital 2021**. Disponível em < <https://wearesocial.com/digital-2021> > Acesso em 26 de abril de 2021.

SOLOSKI, John. **O jornalista e o profissionalismo**: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teoria e “estórias”*. Florianópolis: Insular, 2016.

SOUZA, Fábio Canatta de. **Violência policial, direitos humanos e telejornalismo: uma análise da cobertura do caso Fallet no Jornal Nacional, Jornal da Record, SBT Brasil e Jornal da Band**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul, 2021. Disponível em <<https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/17045/1/000499601-Texto%2bcompleto-0.pdf>> Acesso em 20 de julho de 2023.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade**: além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009.

SOLOSKI, John. **O jornalista e o profissionalismo**: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teoria e “estórias”*. Florianópolis: Insular, 2016.

STAAB, Thiel. **Privatisierung ohne Privatismus**. Strukturwandel der Öffentlichkeit und soziale Medien.

STAAB, Philipp; THIEL, Thorsten. Privatisierung ohne Privatismus (nota 18).

STEINER, Bachtiger; SPONDLI, Steenbergen. *Deliberative Politics in Action*.

STINCOMBE, A. L. **Bureaucratic and Craft Administration of Production**: a Comparative Study. *Administrative Science Quarterly*, 4, 1959.

TEIXEIRA, Adriana. **Fake news contra a vida**: desinformação ameaça vacinação de combate à febre amarela. 2018. 97 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2018.

THOMPSON, E. P. (1967). **Time, Work-discipline and Industrial Capitalism**. *Past and Present*, n. 38.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**: questões, teoria e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.

_____. **Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo/RGS: Editora Unisinos, 2001.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa – Ação**. 10ª - ed. São Paulo: Ed. Cortez, 2000.

TUCHMAN, G. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

TUCHMAN, Gaye. **News as controlled conflict and controversy**. New York: Departamento de Sociologia, Queens College (mimeografado).

TUCHMAN, Gaye. ***Making news: a study in the construction of reality***. New York: The Free Press, [1978?].

VIEIRA, Geraldinho. **Complexo de Clark Kent** – são super-homens os jornalistas? São Paulo: Summus, 1991.

VIZEU, A. **Telejornalismo, audiência e ética**. BOCC. 2002. Disponível em: < <http://www.bocc.uff.br/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf> >. Acesso em: 03 de setembro de 2024.

VIZEU, A.; ROCHA, H.; MESQUITA, G. **O Cidadão como Co-Produtor da Notícia**: Novos Desafios ao Jornalismo. Caxias do Sul: Intercom, 2010.

WEBER, Max. **Ensaio de sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

_____. **Conceitos sociológicos fundamentais**: metodologia das ciências sociais. Campinas: Cortez/Unicamp, 2012.

WEISGERBER, C. **Building thought leadership in an age of curation**. 2011. Disponível em <http://slideshare.net/corinnew/building-thought-leadership-throughcontent-curation>. Acessado em 15 de julho de 2022.

WERLE, Denilson Luís. Apresentação à edição brasileira. In: HABERMAS, J.. **Uma Nova Mudança Estrutural da Esfera Pública e a Política Deliberativa**. São Paulo: UNESP, 2023.

WIDDICOMBE, S. (1993). **Autobiography and Change**: Rhetoric and Authenticity of "Gothic" Style. In: E. BURMAN & I. PARKER (eds.). *Discourse Analytical Research: Readings and Repertoires of Texts in Action*. London: Routledge.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de Informação 2**. Tradução de Information Anxiety. Editora de Cultura, São Paulo. 2005.

YAKEL, Elizabeth. **Digital curation**. OCLC Systems & Services: International Digital Library Perspectives, Bingley, UK, vol. 23, n. 4, p. 335-340, 2007.

ZATTAR, Mariana. Competência em Informação e Desinfodemia no contexto da pandemia de Covid-19. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, e5391, 2020. DOI: <https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5391>. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/5391>. Acesso em: 06 set. 2023.

ZENIDARCI, Soloni Maria Rampin. O Jornalista como Curador de Notícias. In: ITO, Liliâne de Lucena; ROCHA, PAULA MELANI. **Transformações do jornalismo na Nova Ecologia dos Meios**. 1ª Edição - Aveiro: Ria Editorial, 2019.