

## Letramento algorítmico no jornalismo progressista: percepções e desafios de jornalistas de dois veículos paranaenses

### RESUMO

**Marcelo Fernando de Lima**  
[marcelolima@utfpr.edu.br](mailto:marcelolima@utfpr.edu.br)  
Universidade Tecnológica Federal do  
Paraná (UTFPR), Curitiba, Paraná, Brasil.

O objetivo deste trabalho é analisar a percepção sobre o letramento algorítmico de quatro jornalistas que atuam em dois portais progressistas de notícias, o *Brasil de Fato Paraná* e o *Jornal Plural Curitiba*. A meta é compreender como esses profissionais percebem e respondem às exigências estabelecidas pelos algoritmos quanto à produção e à distribuição de conteúdos. A pesquisa, que adota uma perspectiva qualitativa baseada em entrevistas semiestruturadas, está organizada em quatro seções: na primeira, discute a relação entre jornalismo e tecnologia; na segunda, foca o desenvolvimento da imprensa brasileira baseado numa modernização conservadora; na terceira, apresenta os veículos; na última parte, analisa as entrevistas. Os resultados mostram que os jornalistas apresentam forte consciência da influência dos algoritmos em suas atividades, mas também procuram conciliar as estratégias de visibilidade com o compromisso editorial característico da imprensa progressista.

**PALAVRAS-CHAVE:** Letramento algorítmico. Jornalismo progressista. Algoritmos de plataformas. Distribuição de conteúdo. Visibilidade midiática.

## INTRODUÇÃO

A expansão das plataformas digitais nas últimas décadas tem transformado o jornalismo. Mais dependente da tecnologia, a prática jornalística passou a incorporar ferramentas que ampliam sua velocidade e alcance, porém esses avanços têm gerado resultados contraditórios: se o acesso aos meios foi amplificado e a produção de conteúdo tornou-se mais ágil, os mecanismos de controle da informação passaram a ser feitos por empresas que constituem oligopólios privados. Sob essa lógica, jornalistas e veículos enfrentam desafios inéditos em um ambiente mediado por sistemas algorítmicos e inteligência artificial.

Dessa forma, é essencial compreender as nuances desse processo: é necessário desenvolver um olhar crítico e realista sobre como a cidadania, a democracia e os valores coletivos precisam ser preservados em meio às transformações tecnológicas. A tecnologia não deve estar subordinada exclusivamente à maximização dos lucros do capital em detrimento da democracia; ao contrário, precisa ser acessível a todos, permitindo que diferentes grupos sociais tenham voz em sua construção e regulação; seu desenvolvimento não pode ser reduzido a uma dimensão exclusivamente instrumental, conforme defende Andrew Feenberg (1991).

Embora haja um movimento crescente em favor da apropriação privada das inovações tecnológicas, é fundamental compreender o controle da tecnologia como um território de luta por hegemonia. Nessa arena, os atores sociais se posicionam em campos de dominação e resistência, conforme o modelo de Douglas Kellner (1995). O autor argumenta que uma visão crítica dos meios de comunicação exige o desenvolvimento de um letramento específico, capaz de fomentar práticas de resistência e contra-hegemonia. A perspectiva crítica de Kellner em relação à tecnologia contribui para entender os desafios contemporâneos da mediação algorítmica da informação. A crescente centralidade das plataformas digitais na circulação de conteúdos jornalísticos tem ampliado a influência de sistemas algorítmicos desenvolvidos de forma opaca por empresas privadas.

Uma das formas de enfrentar esse problema consiste no desenvolvimento do letramento algorítmico. Trata-se de um conjunto de conhecimentos, competências e práticas que possibilitam compreender, interpretar e avaliar criticamente os algoritmos e seus efeitos sobre a produção, a circulação e o consumo de informações, podendo ampliar a capacidade de intervenção dos indivíduos (Le Deuff; Roumanos, 2022). Como o impacto dos algoritmos no campo da cultura está cada vez mais presente, seu estudo deve ser ampliado para além do universo técnico das ciências da informação: os sistemas algorítmicos devem ser analisados também como uma prática social que envolve processos de leitura, interpretação e mediação; seu estudo demanda abordagens capazes de articular dimensões técnicas e sociais.

No campo da comunicação, é necessário entender as estratégias adotadas pelos profissionais em relação aos sistemas algorítmicos, visando ampliar a circulação de seus conteúdos em ambientes mediados por esses sistemas. Também é importante analisar como os algoritmos estabelecem novos

parâmetros para a redefinição de padrões estéticos, formatos e critérios de visibilidade das mensagens.

No universo dos jornalistas, o letramento algorítmico está associado, dentre outras habilidades, à capacidade de compreender o funcionamento desses sistemas e seus efeitos sobre a distribuição das informações. Os algoritmos passaram a desempenhar funções de seleção, hierarquização e atribuição de visibilidade dos conteúdos, ações associadas aos *gatekeepers* no jornalismo clássico. Os jornalistas tendem a criar estratégias para adaptar seus conteúdos às novas lógicas das plataformas, num movimento semelhante ao que fazem para se adaptar aos critérios editoriais e aos filtros de seleção predominantes nos meios de comunicação.

O objetivo deste artigo é analisar a percepção de jornalistas de dois veículos progressistas brasileiros – o *Brasil de Fato Paraná* e o *Jornal Plural Curitiba* – sobre o letramento algorítmico. A pesquisa, baseada em entrevistas com dois jornalistas de cada um desses veículos, investiga como esses profissionais compreendem e enfrentam as exigências trazidas pelos sistemas algorítmicos para a produção e a distribuição de conteúdos jornalísticos.

O estudo foi estruturado em quatro seções. A primeira discute a relação entre jornalismo e tecnologia; a segunda examina a formação do sistema midiático brasileiro, cujo desenvolvimento representou um projeto autoritário de sociedade, evidenciando que a modernidade técnica no país com muita frequência foi instrumentalizada para reforçar valores conservadores (Ortiz, 1988); na terceira, descrevemos os veículos estudados, abordando sua origem, linha editorial e principais estratégias; na quarta seção, analisamos as entrevistas conduzidas com os jornalistas e apresentamos os resultados do trabalho.

Este texto é resultado, entre outras ações, de um projeto de pesquisa desenvolvido por este autor durante seu estágio pós-doutoral na Université Bordeaux Montaigne (UBM), em Bordeaux, na França, sob a supervisão do professor Olivier Le Deuff e da professora Rayya Roumanos, entre setembro de 2024 e julho de 2025. Os supervisores forneceram referências teóricas essenciais, facilitaram o acesso a materiais inéditos e indicaram seminários e conferências realizados na UBM e em outras universidades. Visando ampliar essas discussões, este trabalho oferece uma perspectiva sobre como essas transformações estão ocorrendo no Brasil, país onde as mudanças no jornalismo e o impacto dos sistemas algorítmicos têm sido objeto de crescente preocupação nos estudos sobre comunicação e democracia.

## DA LETRA AOS ALGORITMOS

Nas últimas décadas, o avanço da informatização e o uso crescente de sistemas algorítmicos intensificaram as transformações do jornalismo, marcando uma nova fase dessa atividade. A automação passou a desempenhar um papel de destaque, contribuindo para a formação do que Nicholas Diakopoulos (2019) chama de “jornalismo híbrido”, no qual jornalistas e sistemas automatizados atuam de forma articulada. Ao descrever essas

mudanças, Diakopoulos defende que os algoritmos não estariam substituindo os jornalistas; em certa medida, eles potencializam sua ação profissional, pois, ao assumirem tarefas repetitivas e operacionais, liberariam tempo para a produção de conteúdos mais elaborados.

A perspectiva de Diakopoulos, construída a partir da observação da realidade norte-americana, não se aplica integralmente à imprensa brasileira. A automação, embora seja um avanço para a rotina dos jornalistas, também impõe desafios, sobretudo para os profissionais que adotam uma postura crítica em relação ao poder exercido pelo oligopólio das grandes corporações tecnológicas. Trabalhar como jornalista na periferia do capitalismo, como é o caso do Brasil, onde os direitos básicos de cidadania e democracia ainda não foram plenamente garantidos, envolve riscos e desafios diários.

Adotando uma perspectiva crítica dessa nova realidade, Deivison Faustino e Walter Lippold (2023) alertam para o fato de que a incorporação periférica da tecnologia ocorre em paralelo à persistência de dinâmicas históricas de exploração, configurando o que chamam de colonialismo digital. Trata-se de uma versão atualizada, no contexto das plataformas, da exploração estrutural dos países periféricos pelas nações mais ricas. Assim, os complexos processos que envolvem a inovação tecnológica não apenas transformam as práticas comunicacionais, mas também acentuam as desigualdades sociais, de gênero, raciais e econômicas já existentes.

Além da produção de notícias, os algoritmos passaram a desempenhar um papel primordial na circulação de conteúdos. Plataformas como *Google* e *Meta* organizam e distribuem conteúdos de acordo com critérios como relevância, autoridade, engajamento e interesses comerciais. Como observa Hubert Guillaud (2025), esses sistemas estão cada vez mais orientados para a ampliação de seus modelos de negócio, deixando o interesse dos usuários em segundo plano. Isso influencia diretamente a visibilidade dos conteúdos jornalísticos, tornando-os mais dependentes dos modelos adotados pelas plataformas.

Essa lógica contribui para a formação de “bolhas informativas”; a audiência é exposta, na maior parte das vezes, a conteúdos que reforçam suas opiniões preexistentes. Isso resulta na priorização de notícias sensacionalistas ou com determinado viés ideológico. Essa dependência se conecta à noção de colonialismo digital. Empresas sediadas sobretudo nos Estados Unidos controlam infraestruturas, fluxos de audiência e mercados publicitários, impondo adaptações constantes às regras algorítmicas. Como resultado, o jornalismo torna-se mais dependente de interesses econômicos externos, enfrentando dificuldades para manter sua autonomia editorial.

Essas mudanças são relevantes para compreender o jornalismo brasileiro, historicamente afetado pela concentração da propriedade dos meios decorrente de um processo de modernização conservadora, que ganha ainda mais força com a centralidade das plataformas digitais. Com as transformações tecnológicas, essa tendência se intensificou, restringindo ainda mais o espaço disponível para as mídias progressistas.

## UM SISTEMA CONSERVADOR

As transformações tecnológicas não representam uma ruptura com o passado, mas tendem a reforçar características estruturais existentes. No caso da história das comunicações no Brasil, as mudanças tecnológicas estão relacionadas a processos de modernização conservadora, caracterizados pela dependência da mídia em relação às esferas política e econômica (Ortiz, 1988). Desde seus primórdios, o jornalismo no Brasil vem sendo controlado por forças conservadoras, limitando o acesso à informação e à livre circulação de ideias. A censura, os altos custos de produção e os baixos índices de alfabetização propiciaram um ambiente desfavorável à democratização da informação, padrão que ecoa até os dias de hoje.

Mesmo após a Independência (1822), a imprensa permaneceu vinculada às elites políticas e econômicas. Embora na Regência (1831-1840) tenham proliferado experiências contestatórias, no Segundo Reinado (1840-1889) a imprensa se alinhou aos interesses da monarquia e da aristocracia rural. Na República Velha (1889-1930), a imprensa consolidou sua ligação com setores conservadores, atuando como porta-voz das oligarquias agrárias e urbanas. Em momentos de crise, como na Revolução de 1930, a imprensa esteve dividida, mas a maioria dos veículos manteve sua aliança com as forças tradicionais, resistindo a mudanças que ameaçassem as hierarquias estabelecidas (Barbosa, 2013).

Durante a ditadura militar (1964-1985), enquanto a maior parte da imprensa apoiava o regime, surgiam veículos progressistas de oposição, que se mantiveram de maneira efêmera e com grandes dificuldades de financiamento (Kucinski, 2003). Mesmo com a redemocratização, a grande imprensa seguiu majoritariamente comprometida com setores conservadores. O modelo empresarial dos principais veículos de comunicação os tornou reféns de interesses econômicos que, muitas vezes, se sobrepunham ao compromisso com a informação pública. Essa dinâmica reforça a seletividade das pautas, a forma como certos temas são abordados e a manutenção de uma estrutura que privilegia vozes alinhadas com setores hegemônicos.

Apesar dessa predominância conservadora, a imprensa progressista esteve presente em alguns momentos, como no início do século XX, com a organização da classe trabalhadora no período pós-abolição, e no Estado Novo (1937-1945); na ditadura militar (1964-1985), apesar da repressão, esse tipo de imprensa ampliou sua atuação, passando a propor discussões ligadas aos movimentos sociais. Nos anos 1980, com a abertura política e a promulgação da Constituição em 1988, os grandes jornais, pressionados pelo clima de redemocratização, passaram a incorporar debates de interesse público que antes predominavam na imprensa progressista. Nos anos 2000, com a ascensão de governos de centro-esquerda na América Latina, houve uma expansão de veículos progressistas, contexto no qual surge o *Brasil de Fato*.

A partir da década de 2008, crises econômicas e políticas nos Estados Unidos e na Europa alteraram o cenário político, interrompendo ações progressistas e favorecendo a extrema-direita. Esse cenário coincidiu com a popularização das tecnologias móveis e o fortalecimento das redes sociais, que

amplificaram a guerra cultural. Questões simbólicas e identitárias passaram a dominar o debate público, tornando-se em instrumentos eficazes de mobilização política. Com o esgotamento das grandes disputas em torno da economia de mercado, os partidos passaram a se diferenciar menos em questões econômicas e sociais, buscando novas formas de marcar posição, como as questões identitárias, religiosas ou nacionalistas (DUJIN, 2019).

Na América Latina, a principal estratégia utilizada pela direita foi o discurso anticorrupção e as ações *lawfare* contra os governos de esquerda. Um dos pontos culminantes foi o golpe parlamentar que culminou com o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em 2016, a prisão de Luiz Inácio Lula da Silva em 2018 e a ascensão de um discurso antidemocrático que levou à eleição de Jair Bolsonaro. Em 2019, reportagens do site *The Intercept Brasil* revelaram irregularidades no processo contra Lula na operação Lava Jato, criando um ambiente para a revisão judicial de condenações da operação e para a reconfiguração do debate público sobre o sistema de justiça. Lula foi libertado depois de quase dois anos de prisão.

Na era digital, um novo desafio se impôs: a crescente intermediação dos sistemas algorítmicos. A falta de acesso e a exclusão tecnológica têm sido um obstáculo para muitos veículos progressistas. Além disso, os principais distribuidores de notícias têm adotado políticas que, direta ou indiretamente, favorecem conteúdos sensacionalistas e discursos conservadores, prejudicando veículos comprometidos com o jornalismo investigativo e com a defesa dos direitos humanos. Essa situação se agravou com o início do segundo mandato de Donald Trump, quando os megaempresários do setor de tecnologia aderiram ao projeto do presidente. Com isso, os veículos progressistas têm cada vez mais dificuldades em encontrar estratégias de financiamento e distribuição de conteúdo, como é o caso dos veículos estudados em nossa pesquisa dos quais falaremos a seguir.

## **APRESENTAÇÃO DOS VEÍCULOS**

### **Uma visão popular: Brasil de Fato Paraná**

O *Brasil de Fato* foi lançado durante o primeiro Fórum Social Mundial, encontro de movimentos sociais que aconteceu em janeiro de 2003 em Porto Alegre para marcar uma mudança à esquerda na política da América Latina. O jornal surgiu com a missão de oferecer uma visão popular dos fatos, destacando as lutas dos movimentos sociais. Inicialmente um veículo semanal impresso, distribuído em bancas de vários estados, inaugurou sua presença digital com o lançamento do site nacional em 2013. No ano seguinte, passou a publicar edições regionais gratuitas em formato tabloide impressas em estados como Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Bahia, Ceará, Paraíba e Rio Grande do Sul. Atualmente, nem todos os estados mantêm edições impressas devido aos custos de impressão e distribuição.

A edição do *Brasil de Fato Paraná* foi lançada em março de 2014 e, a partir de 2016, tornou-se semanal, com distribuição em 26 cidades, com tiragem de

20 mil exemplares. Atualmente, a edição impressa é publicada apenas em eventos especiais. Um dos editores do jornal conta que está nos planos da equipe voltar a publicar o jornal em versão impressa com periodicidade semanal, mas ainda não existe financiamento para cobrir os custos (BOTELHO, 2024). Hoje, o *Brasil de Fato* é um portal multimídia com alcance nacional e presença internacional, distribuindo conteúdos para 522 rádios em todos os estados e 15 emissoras de TV nacionais. No meio digital, mantém presença nas redes sociais. O jornal tem fortalecido sua atuação digital, priorizando temas como trabalho, renda, organização popular, questões ligadas a gênero e raça, educação e cultura, sob uma perspectiva progressista.

Segundo o site do veículo (BRASIL DE FATO, 2025), o *Brasil de Fato* adota rigor na checagem dos fatos e defende um jornalismo baseado na pluralidade, na democracia e na justiça social. Cobre entidades sociais e pautas muitas vezes ignoradas pela grande mídia, buscando debater um projeto popular para o Brasil e alternativas ao modelo capitalista. Com apoio financeiro de organizações sindicais, o *Brasil de Fato* preserva a independência editorial, garantindo autonomia aos jornalistas. Os jornalistas do *Brasil de Fato* entrevistados para este estudo afirmam que o jornal busca se consolidar como referência na internet em temas como direitos dos trabalhadores, movimento sindical, reforma agrária e direitos humanos.

### Um jornal pela diversidade: Plural

O surgimento do portal *Plural Curitiba* coincide com a ascensão da extrema-direita ao poder no Brasil, com a eleição de Bolsonaro e o processo de “direitização” de veículos da imprensa. Segundo Jairo Nicolau (2018), aquela eleição representou um marco no cenário eleitoral brasileiro, pois a extrema-direita expandiu significativamente sua influência em regiões anteriormente dominadas pelo centro e pela esquerda. A campanha intensa contra o PT e Lula, impulsionada pelo Mensalão e pela Operação Lava Jato, aliada à cobertura depreciativa da imprensa, ampliou a rejeição ao partido e a outros grupos progressistas (ALMEIDA, 2023).

A partir desse período, a imprensa brasileira passou por uma mudança expressiva, motivada tanto por uma estratégia comercial de adaptação ao perfil mais conservador do público quanto por se transformar em partícipe nesse processo de transformação. Historicamente vinculada a setores reacionários, a grande mídia brasileira já havia apoiado movimentos antidemocráticos e conservadores em outros momentos. Após o *impeachment* de Dilma Rousseff, observou-se uma articulação entre a elite política e setores conservadores, incluindo a imprensa, para retomar o poder (SOUZA, 2019).

No Paraná, a *Gazeta do Povo*, principal jornal do estado na época, ilustra essa transformação. Fundado em 1919, consolidou-se ao longo do século XX como referência em jornalismo local, desenvolvendo uma forte identidade com a cidade de Curitiba. Entre 2000 e 2016, adotou uma postura jornalística mais crítica, conquistando diversos prêmios por reportagens sobre direitos humanos e denúncias de corrupção. No entanto, a partir de 2017, depois de mudanças

em seu comando, alinhou-se a pautas conservadoras, adotando uma postura contrária a ideias progressistas e a grupos sociais minorizados, o que levou à demissão de jornalistas contrários a essa posição.

O jornalista Rogério Galindo, colunista político desde 2000, foi demitido da empresa naquele momento. Responsável pela coluna “Caixa Zero”, Galindo mantinha um viés crítico em relação à política local e nacional. Sua demissão, depois de 18 anos de atividades na *Gazeta*, foi o ponto de partida para a criação do portal *Plural Curitiba*.

O *Plural* é o resultado de um projeto liderado por um grupo de três jornalistas: além de Galindo, comandam o veículo a jornalista Rosiane Correia de Freitas e o jornalista e cartunista Alberto Bennett. O veículo é financiado por anunciantes, assinantes e apoiadores. Opera com uma equipe fixa reduzida, além de colaboradores voluntários, tais como professores universitários, artistas, advogados, representantes de movimentos sociais, que escrevem colunas especializadas. Sua cobertura é focada principalmente em política local, denunciando corrupção, nepotismo e má gestão dos recursos públicos, além de destacar temas relacionados aos direitos humanos, grupos minorizados e meio ambiente. O portal se volta ainda para a cobertura de cultura e pautas envolvendo a cidade de Curitiba e região metropolitana. Segundo Rogério Galindo (2024), seu público é majoritariamente progressista, de classe média e com alta escolaridade. O *Plural* tornou-se referência para escritores, produtores culturais, trabalhadores do teatro, músicos e professores universitários, devido a sua cobertura cultural. Também se destaca na abordagem de políticas identitárias, como as pautas do movimento feminista, do movimento negro e da comunidade LGBTQIA+.

Outro diferencial do jornal é a publicação de cartuns políticos e de crítica social, frequentemente satirizando as propostas e decisões da extrema-direita que impactam grupos minorizados. O jornal também tem publicado reportagens investigativas com caráter de denúncia, muitas delas envolvendo pesquisa de dados (jornalismo computacional), realizadas por Rosiane Correia de Freitas. Entretanto, a sustentabilidade financeira do *Plural* é um desafio. Diferentemente do *Brasil de Fato*, o portal não recebe apoio financeiro de sindicatos e de outros movimentos sociais.

## **ANÁLISE DAS ENTREVISTAS**

### **Algumas questões metodológicas**

Para compreender o letramento algorítmico, Le Deuff e Roumanos (2022) desenvolveram uma sistemática que envolve a observação de práticas jornalísticas, a compreensão do impacto das plataformas digitais e a identificação de estratégias para lidar com o controle algorítmico. A metodologia inclui entrevistas e estudos de caso sobre como os jornalistas interagem com os algoritmos para otimizar a visibilidade de seus conteúdos. Dessa forma, é possível mapear como os profissionais da comunicação lidam

com as barreiras impostas pelos sistemas de recomendação e pelos mecanismos de ranqueamento de informações.

Nosso estudo parte da sistemática proposta por Le Deuff e Roumanos (2022), mas se restringe às percepções fornecidas pelos próprios jornalistas quanto à forma de lidar com os sistemas algorítmicos. Este estudo não contempla a observação de rotinas de produção (*newsmaking*), nem a análise dos elementos tecnológicos subjacentes à produção e à distribuição jornalística mediada por algoritmos, devido às limitações técnicas deste pesquisador para o desenvolvimento desse campo de investigação, bem como à dificuldade de acesso a esse tipo de informação, já que sua liberação depende da autorização de empresas que adotam políticas restritas de acesso. Mesmo com essa limitação, é possível traçar um panorama da relação desses jornalistas com os algoritmos.

Recorremos também a pressupostos da análise de conteúdo propostos por Laurence Bardin (1987) e amplamente utilizados em estudos de comunicação. Ao aplicarmos essa metodologia, identificamos três categorias principais, que organizam de forma abrangente as discussões mais recorrentes levantadas pelos entrevistados: 1) Integração dos algoritmos na produção e curadoria de conteúdo; 2) Search Engine Optimization (SEO) e estratégias de visibilidade online; e 3) Política editorial, independência editorial e ética. Essas três categorias fornecem uma visão abrangente das dinâmicas de letramento algorítmico no contexto jornalístico, permitindo uma análise dos impactos dos algoritmos e das estratégias utilizadas pelos jornalistas.

### **Integração dos algoritmos na produção e na curadoria de conteúdo**

Essa categoria abrange a percepção dos jornalistas sobre a relação entre seu trabalho e os sistemas algorítmicos, considerando tanto sua aplicação na produção e edição de notícias quanto na distribuição de conteúdos. As respostas indicam dificuldades no acesso a informações e ferramentas que viabilizem o uso dos algoritmos, atribuídas tanto à resistência a mudanças quanto à limitação de investimentos para a contratação de profissionais especializados.

As respostas dos quatro jornalistas indicam, de modo geral, a dificuldade dos veículos em estabelecer uma política interna voltada ao uso estratégico dos algoritmos. Três fatores principais explicam essa situação: a falta de recursos financeiros, que impede a contratação de especialistas e a oferta de capacitação; a ausência de formação prévia das equipes para lidar com essas tecnologias; a permanência de uma cultura jornalística baseada em práticas tradicionais.

O jornalista Lucas Botelho afirma que o *Brasil de Fato Paraná* procura integrar os algoritmos à produção e à curadoria de conteúdo de maneira cuidadosa, sem recorrer ao uso excessivo de práticas como SEO e publicidade paga. Segundo ele, a principal estratégia consiste em priorizar reportagens próprias, baseadas na apuração direta, evitando a simples reprodução de *press releases*.

Os jornalistas do *Brasil de Fato Paraná* afirmam que buscam se manter informados sobre o funcionamento dos sistemas algorítmicos por meio de fontes externas, como influenciadores e especialistas no campo do marketing digital, que geralmente divulgam atualizações sobre mudanças nas plataformas. Botelho explica que esse acompanhamento ocorre por meio da observação do desempenho das publicações e do monitoramento constante das alterações promovidas pelas plataformas.

Na prática, isso ocorre de duas maneiras. Primeiro, ao publicar uma matéria com uma palavra específica no título – por exemplo, “suicídio” – mesmo que o conteúdo não trate diretamente de um caso de suicídio. Depois, percebemos que a publicação tem um alcance menor que a média ou, em alguns casos, nem sequer é distribuída corretamente. Isso fica evidente por meio de notificações que recebemos ou pela análise do desempenho da postagem. A segunda maneira acontece na redação do *Brasil de Fato Paraná*, onde acompanhamos de perto as atualizações sobre o funcionamento das redes sociais. Sempre que surge uma nova informação sobre mudanças em ferramentas ou na lógica de distribuição, buscamos entender do que se trata e avaliar seu impacto (BOTELHO, 2024).

Fernan Silva (2024), responsável pela área de mídia social do *Brasil de Fato Paraná*, enfatiza que a abordagem do portal em relação aos algoritmos é gradual e adaptativa. Ele destaca que, apesar de usar ferramentas como as do Google para monitorar métricas, a equipe ainda trabalha de maneira mais flexível nas redes sociais, sem protocolos rígidos. Segundo ele, “a estratégia envolve acompanhar o que está funcionando e, ao mesmo tempo, monitorar as mudanças frequentes nas plataformas”, definindo essa dinâmica como um “jogo de gato e rato”.

Um dos maiores problemas, segundo Silva, é o comportamento nas redes sociais devido à proliferação de *bots* e perfis não orgânicos, que afetam a circulação de conteúdos. Entre as estratégias adotadas, destaca o uso de ferramentas como legendas automáticas e publicadores, citando uma ação no Instagram que permitiu ampliar o alcance para mais de 50 mil contas.

O jornalista Rogério Galindo afirma que o *Plural* não usa de forma sistemática mecanismos automáticos avançados na produção de conteúdo. O que é feito, principalmente, são atualizações automáticas em quatro seções – falecimentos, feiras livres, previsão do tempo e trânsito – por meio de um *newsbot*. Contudo, ele admite que, quanto à distribuição, os algoritmos das plataformas desempenham um papel fundamental, embora seu funcionamento seja opaco.

Galindo associa essa dificuldade ao fato de ter começado a carreira no jornalismo impresso, no final dos anos 1990, quando as demandas “eram bem mais simples”. Na época, a tecnologia nos jornais era bastante limitada. Durante seu estágio no diário *Indústria & Comércio*, “os computadores tinham telas fluorescentes de uma única cor e rodavam apenas em DOS”. Quando ingressou na *Gazeta do Povo*, percebeu que a internet ainda era vista com desconfiança: os computadores da redação não tinham acesso à rede, pois acreditava-se que isso “poderia distrair os jornalistas”. Apenas o editor

dispunha de conexão, e os repórteres precisavam pedir permissão para usá-la quando necessário. Com o tempo, essa visão mudou, e por volta de 2002, a internet passou a ser amplamente utilizada na redação. Para Galindo, o impacto foi evidente: a possibilidade de pesquisar rapidamente tornou o trabalho muito mais eficiente, substituindo processos longos e trabalhosos, como a consulta a microfimes em bibliotecas.

Um dos desafios que aponta é a perda de referência trazida pelo fim da hegemonia do jornal impresso e a necessidade de os próprios jornalistas atuarem na promoção de seus conteúdos:

Antes, essa parte não era nossa preocupação. Você escrevia, o jornal ia para a gráfica, e quem distribuía era o entregador, o carteiro. Hoje, temos que implorar para as pessoas acessarem nosso conteúdo, o que eu, pessoalmente, acho frustrante. É como se precisássemos gritar o tempo todo: “Venham aqui! Olha, extra, extra!”. Essa insistência cansa. Seria ótimo se existisse um mecanismo pelo qual as pessoas simplesmente soubessem que o conteúdo está lá. Claro, isso acontece um pouco quando você consegue leitores fiéis ao seu site, mas não dá para depender só disso. É preciso trabalhar constantemente na captação de audiência, e isso consome muito tempo, além de ser difícil de dominar sem conhecimento técnico (GALINDO, 2024).

A jornalista Aline Reis, que atua como repórter e editora no *Plural*, destaca que o portal ainda não implementou uma estratégia sistemática para integrar algoritmos na produção e curadoria de conteúdo. Para ela, o uso de ferramentas ocorre de forma pontual, principalmente por meio da plataforma *Yost* no *Wordpress*. Quanto às dificuldades impostas pelos algoritmos, Aline aponta o desafio de garantir que reportagens de interesse público tenham bom desempenho em termos de audiência:

O desafio é colocar notícias que são de interesse público. Colocar isso no ar de forma que ela performe, ou seja, que ela tenha audiência suficiente para que o jornal se sustente com os cliques. Às vezes a gente põe reportagens muito relevantes que performam menos do que reportagens que estão falando da lista de lugares para acampar em Curitiba, por exemplo, ou qualquer outra coisa assim. Cinco hamburguerias gostosas, enfim, coisas que têm menos interesse público. Na internet o comportamento das pessoas é de bolha. Ou seja, a pessoa procura aquilo que gosta e nem sempre procura notícias gerais (REIS, 2024).

Dessa forma, o *Plural* enfrenta o desafio de equilibrar a produção de reportagens de interesse público com a necessidade de atrair audiência para garantir sua sustentabilidade. A falta de uma estratégia estruturada para o uso de algoritmos na curadoria de conteúdo reflete a complexidade desse processo. Aline Reis destaca a importância de avançar nesse aspecto, buscando formas de otimizar a distribuição das reportagens sem comprometer a qualidade editorial.

## SEO e estratégias de visibilidade

Esta categoria de análise foi identificada a partir das respostas dos jornalistas sobre a produção nos veículos e sua relação com os sistemas algorítmicos. Nas entrevistas, os jornalistas abordam as estratégias utilizadas para ampliar a visibilidade dos conteúdos nos mecanismos de busca e nas plataformas digitais. As entrevistas destacam as dificuldades impostas pelos mecanismos de busca e pelas redes sociais, percebidos como elementos que favorecem conteúdos de maior apelo comercial.

Conforme os depoimentos, *Brasil de Fato Paraná* e *Plural* adotam abordagens distintas em relação ao SEO. Os jornalistas do *Brasil de Fato Paraná*, embora valorizem os princípios clássicos do jornalismo, enxergam os mecanismos de ranqueamento com maior preocupação para ampliarem o alcance do conteúdo e evitarem penalizações. Para isso, a equipe procura atualizar seus conhecimentos recorrendo a cursos e fontes externas, além de desenvolver uma sistemática de divulgação que envolve uma combinação de redes de *Whatsapp*, redes sociais e motores de busca.

Para a otimização no Google, o portal busca publicar material autoral e inédito. Segundo Botelho, cerca de 70% do tráfego do portal vem do Google. Por isso, as estratégias de otimização são importantes porque o veículo não tem recursos para investir em publicidade para aumentar a audiência. Ele destaca também que considera o projeto editorial e gráfico do *Brasil de Fato* bastante adequado para manter a organicidade com o público a que se destina.

Botelho observa uma mudança significativa no comportamento do público em relação ao processo de leitura online. As redes sociais digitais são utilizadas por muitos leitores para acessar notícias. “Mas funcionam de maneira ‘fechada’ e controlada. Quando um usuário clica em um link compartilhado nessas redes, ele é direcionado para um navegador interno, que não é o navegador padrão do dispositivo”, explica. Para Botelho, esse modo de operar afeta a fidelidade dos leitores ao portal e limita a visibilidade de seu conteúdo fora das plataformas, já que as redes digitais acabam se tornando o ponto central de interação com a informação. Ele completa:

Os algoritmos e as políticas dessas plataformas afetam diretamente o alcance. Por exemplo, dependendo do título usado, o conteúdo pode ser bloqueado ou ter alcance reduzido, especialmente no *Instagram*, *WhatsApp* ou *Facebook*, caso contenha palavras que sejam interpretadas como inadequadas pelas regras internas dessas redes.

Para driblar esse tipo de restrição, Botelho explica que a equipe realiza testes com a pré-publicação de matérias para compreender as alterações das plataformas. Ele ressalta, no entanto, que as mudanças frequentes dificultam a criação de estratégias de maior duração.

Botelho destaca também que uma das principais táticas do *Brasil de Fato Paraná* para alcançar leitores fora do espectro da esquerda é abordar temas de grande relevância, como denúncias de corrupção e debates sobre o racismo. Ele cita como exemplo de sucesso um artigo publicado pelo *Brasil de Fato*

*Paraná* sobre o *Big Brother*, no qual o participante Babu Santana discutia a diferença entre ser preto e ser negro no Brasil.

Além disso, o portal procura diversificar os formatos de circulação de seus conteúdos. O projeto atual do *Brasil de Fato* para o portal nacional visa integrar diferentes mídias, promovendo um diálogo entre os diversos produtos oferecidos ao público. Assim, as notícias de destaque são comentadas na *Rádio BdF* ou nos podcasts. Segundo Botelho, o objetivo é “dialogar com o popular”. Essa estratégia reflete uma abordagem multiplataforma, que otimiza o uso de diferentes meios de comunicação para envolver audiências diversificadas e ampliar a distribuição das informações e sua acessibilidade.

Botelho diz ainda que o *Brasil de Fato Paraná* não investe excessivamente em estratégias de marketing digital como vídeos ou *cards* chamativos, preferindo manter a simplicidade e a profundidade no conteúdo. “Não sentimos essa necessidade de criar uma estrutura voltada exclusivamente para os algoritmos”, explica Botelho, pois os jornalistas do portal consideram mais eficaz publicar textos e vídeos alinhados com sua identidade, recorrendo ocasionalmente a ferramentas de otimização.

Fernan Silva explica que o portal adota uma abordagem gradual e adaptativa para integrar ferramentas de SEO. Ele destaca que, devido à independência editorial do *Brasil de Fato* e à sua estrutura de rede nacional, a aplicação dessas estratégias é feita com especificidades regionais, como no Paraná, “onde a integração é realizada de forma mais orgânica e gradual”. Para a análise de desempenho, o portal utiliza ferramentas do *Google* para monitoramento; em relação às redes sociais, “adota uma abordagem mais ‘freestyle’, sem um protocolo definido, mas focada na análise de tendências e desempenho das plataformas”.

Silva também aponta que a instabilidade dos algoritmos e o oligopólio das grandes plataformas digitais representam desafios significativos, constituindo um tipo de colonialismo digital. Segundo ele, a ausência de transparência nos algoritmos, como a falta de código aberto, torna o processo de análise menos confiável. Além disso, ele menciona que as redes sociais frequentemente fornecem dados pouco objetivos, “usados mais para justificar a venda de serviços adicionais do que para ajudar na compreensão do funcionamento dos algoritmos”.

Fernan Silva relata que o ritmo acelerado das mudanças nas plataformas sociais requer uma adaptação constante, o que nem sempre é viável para uma equipe jornalística com poucos recursos. “O grande problema é que não existe estabilidade. O algoritmo muda, as regras mudam, e a gente fica tentando se adaptar sem ter o tempo necessário para testar e observar os resultados dessas mudanças”, explica Fernan.

A experiência dos jornalistas do *Plural* é diferente. De acordo com Rogério Galindo e Aline Reis, existe uma preocupação com alguns aspectos do SEO no portal, mas não há uma sistemática para sua adoção. O portal utiliza os recursos de otimização oferecidos pelo *WordPress*, mas não há uma preocupação sistemática com essa ação. A prioridade do veículo está na

qualidade da informação, alinhada mais aos princípios do jornalismo tradicional, que privilegia a credibilidade e a precisão.

Galindo explica que a divulgação dos conteúdos fica a cargo dos próprios jornalistas, que os compartilham em grupos de *WhatsApp*, *X* e em outras plataformas. Embora isso aumente a carga de trabalho, permite priorizar recursos na produção de reportagens. O portal chegou a recorrer a anúncios no *Google Ads* para ampliar sua audiência, mas não conseguiu manter essa estratégia devido a restrições financeiras.

O jornalista destaca que o grande desafio está em conciliar a busca por tráfego com a manutenção da qualidade jornalística.

A gente tenta não moldar a pauta para se encaixar no algoritmo, mas sim fazer com que o algoritmo trabalhe a nosso favor. Claro, em alguns momentos já pensamos: "Vamos fazer essa pauta porque vai ter um bom desempenho no Google." E, de fato, já fizemos isso. Algumas vezes até nos arrependemos, porque, embora a matéria tenha tido um ótimo alcance, acabou dando visibilidade a um tema que não era tão relevante para nós. Por isso, evitamos repetir essa estratégia. Se a preocupação em seguir as exigências do algoritmo for grande demais, corremos o risco de deixar de lado o que realmente importa. Quando dá para conciliar, ótimo. Mas, na dúvida, seguimos o que acreditamos ser o certo e deixamos essa lógica de lado. (GALINDO, 2024)

Ele ressalta que, embora o *Google* seja o principal responsável pelo tráfego, as redes sociais também desempenham um papel importante na distribuição das notícias. Entre as iniciativas adotadas pelo portal, destacam-se os grupos e comunidades no *WhatsApp*, criados pela jornalista Aline Reis. Esses espaços permitem a disseminação rápida dos conteúdos publicados, garantindo maior alcance e engajamento, na opinião de Galindo. Além disso, o *Plural* utiliza notificações via RCS e mantém uma *newsletter* enviada por email, reduzindo a dependência das plataformas.

Galindo destaca que o objetivo do *Plural* é se consolidar como uma referência em notícias sobre Curitiba e temas locais. Para isso, afirma que os conteúdos detalhados e bem estruturados têm aumentado sua relevância nos algoritmos do *Google* e melhorado sua posição nos resultados de busca. Galindo reforça que isso se deve mais ao esforço da equipe em fazer um jornalismo alinhado aos princípios clássicos do que com uma preocupação com as técnicas de ranqueamento.

Um reflexo desse esforço, segundo Galindo, é o aumento das solicitações de empresas interessadas em incluir links externos (*backlinks*) no site do *Plural*. Muitas recorrem a essa estratégia em vez de investir em publicidade tradicional, pois links posicionados em domínios com alta autoridade fortalecem sua relevância nos mecanismos de busca. No entanto, conforme Galindo, o jornal só aceita essas propostas após avaliar a confiabilidade do site vinculado.

Já Aline Reis ressalta que, no *Plural*, a equipe realiza otimizações pontuais para melhorar a visibilidade das matérias, mas sem modificar a abordagem

editorial ou a essência das pautas. Esse processo ainda não é realizado de maneira sistemática, e a implementação completa das práticas recomendadas está longe do ideal. “A gente otimiza o texto, mas não o conteúdo. Não é uma adaptação do tema para aumentar o engajamento. Se uma pauta não for naturalmente bem-sucedida, não alteramos seu foco apenas para melhorar sua performance”, explica.

Dessa forma, a busca por tráfego não interfere na integridade editorial do jornal. “A nossa prioridade é a integridade editorial. A gente não deixa de publicar alguma coisa porque o algoritmo vai achar ruim”, afirma Reis. Além disso, ela aponta que não há curadoria voltada para algoritmos, com a produção sendo pautada pelo interesse público e não pelas métricas.

Embora não exista uma estratégia formal de segmentação de públicos, o *Plural* utiliza redes sociais e realiza manualmente a curadoria de conteúdos para o Google News, procurando ampliar a circulação de suas reportagens sem subordinar a seleção das pautas às métricas de desempenho.

### **Política editorial, independência e ética**

Embora reconheçam a crescente influência dos algoritmos, os jornalistas do *Brasil de Fato* e do *Plural* argumentam que as pressões por aumento de audiência não resultaram em mudanças significativas nas diretrizes editoriais de seus veículos. Essa resistência se sustenta na concepção de que a identidade editorial é validada por uma base fiel de leitores. Dessa forma, a lógica algorítmica não impõe uma reconfiguração substancial dos formatos jornalísticos, ainda que haja certo esforço de modernização e adaptação tecnológica, especialmente quanto ao financiamento.

Rogério Galindo afirma que “mudar a forma de fazer notícia pode até ajudar, mas consome um tempo precioso que poderia ser dedicado à produção de mais conteúdos”. O jornalista reconhece que essas ferramentas facilitam a disseminação da informação, mas também amplificam riscos. Segundo ele, “a busca incessante por engajamento pode resultar em pressa de publicar conteúdos – muitas vezes sem maturidade ou critério”.

Galindo cita como exemplo um erro envolvendo a morte do apresentador brasileiro Silvio Santos. Antes mesmo de seu falecimento, um site publicou prematuramente o obituário, que foi ao ar sem verificação. Esse tipo de falha ilustra como a velocidade exigida pelo jornalismo digital pode comprometer a precisão da informação. Como exemplo de uma postura oposta a essa lógica, Galindo menciona a abordagem adotada pelo *Plural* em relação à morte do escritor curitibano Dalton Trevisan (1925-2024). Segundo ele, o portal, mesmo tendo uma relação orgânica com a cena artística local, não se preocupou em publicar a matéria em primeira mão.

Galindo lembra também que em 2018, quando ainda trabalhava na *Gazeta do Povo*, ele e um colega acompanhavam a iminência do anúncio da candidatura do político Osmar Dias ao governo do Paraná. Acabaram dando a informação antes de todos os veículos. No entanto, essa primazia durou apenas alguns minutos, pois logo depois a maior parte dos veículos da cidade também

havia publicado a mesma notícia. “Então, a gente perdeu duas semanas, com dois repórteres o tempo inteiro para buscar a informação, para dar a notícia 12 minutos antes”, lamenta.

Galindo defende que a independência editorial é um princípio fundamental para o *Plural*. Ele enfatiza que o portal “não cede a pressões externas, sejam políticas, econômicas ou do próprio público”. “Se o público não gostar do que fazemos, seguiremos produzindo, ainda que dentro de certos limites”, afirma. Isso se reflete em reportagens desfavoráveis a figuras populares entre os leitores, mesmo sob o risco de cancelamentos de assinaturas.

Aline Reis destaca que o grande dilema é conciliar reportagens de interesse público com a necessidade de tráfego para sustentar o jornal. Sobre a influência dos algoritmos na definição das pautas, Reis afirma que “na seleção de notícias não tem impacto”, mas a otimização textual para SEO acontece de forma pontual. Apesar das dificuldades estruturais e da limitação técnica da equipe, ela vê os sistemas algorítmicos como uma ferramenta que poderia ser melhor aproveitada.

Lucas Botelho afirma que a linha editorial do *Brasil de Fato Paraná* “parte do princípio de que não existe imparcialidade total no jornalismo”. O portal adota uma posição definida, muitas vezes desfavorecida pelos algoritmos, que “penalizam conteúdos sobre violência e política”. Para minimizar os efeitos da moderação algorítmica sem comprometer a integridade jornalística, o jornal adota estratégias específicas, como evitar termos sensíveis que possam desencadear punições.

O jornalista aponta que esse dilema é recorrente entre veículos de comunicação progressistas. “Enquanto alguns portais adotam práticas apelativas para impulsionar o tráfego, o *Brasil de Fato* mantém sua coerência editorial”. Para ele, o próprio campo progressista cometeu erros em relação a essa coerência. Ele cita o caso do modelo de jornalismo desenvolvido no Brasil com a *Mídia Ninja* durante a cobertura das manifestações de junho de 2013 no Brasil. Diferentemente de outros veículos progressistas da época, a *Mídia Ninja* apostava na instantaneidade como eixo central de sua cobertura, priorizando a mediação direta entre os acontecimentos e o público. Essa abordagem, que acabou encorajando a produção jornalística feita por pessoas sem formação na área, foi posteriormente apropriada como estratégia comunicacional da extrema-direita. Segundo Botelho, “o maior problema é que ela reforça a lógica da hipermidiatização, em que a busca pela informação imediata se sobrepõe à reflexão crítica e à verificação rigorosa dos fatos, destacando a velocidade e o impacto das imagens”.

Apesar dessa crítica, Botelho reconhece que as redes sociais digitais podem desempenhar um papel significativo na mobilização popular e na promoção da cidadania. Um exemplo citado por ele é a articulação dos Entregadores Antifascistas, um coletivo de trabalhadores de aplicativos que emergiu como um dos principais expoentes da luta por direitos no setor de entregas no Brasil. A mobilização ganhou visibilidade a partir de 2020, especialmente durante a pandemia de covid-19, quando a demanda por

entregas cresceu exponencialmente, mas as condições de trabalho permaneceram degradantes.

Fernan Silva destaca que, no *Brasil de Fato Paraná*, a coerência editorial se sobrepõe à lógica da maximização do tráfego. Para ele, o compromisso com um projeto editorial sólido e alinhado às demandas dos movimentos sociais é mais relevante do que estratégias voltadas exclusivamente à ampliação da audiência. A maior parte do público do *Brasil de Fato* provém de buscas orgânicas no Google e da fidelização dos leitores, afirma Silva. Esse modelo fortalece a credibilidade do jornal e sua relação com o público, diferenciando-o de veículos comerciais que ajustam suas pautas conforme as exigências algorítmicas.

Na opinião de Fernan Silva, a resistência dos veículos progressistas passa pela reafirmação de seus princípios editoriais e pela busca de alternativas que mitiguem os impactos da governança algorítmica sobre a produção e a circulação da informação. “Os algoritmos são ferramentas poderosas, mas, sem regulação ou critérios éticos, representam uma ameaça ao jornalismo comprometido com o interesse público”, diz. Para Silva, preservar a integridade jornalística e fortalecer um modelo de comunicação voltado ao interesse da sociedade continuam sendo desafios centrais em um ambiente onde a disputa por visibilidade nas redes sociais pode comprometer a essência do jornalismo independente.

### Construindo um letramento algorítmico

Le Deuff e Roumanos (2022) defendem que o letramento algorítmico vai além da otimização do uso de dados, exigindo uma postura crítica e investigativa diante dos dispositivos. Para eles, esse letramento envolve saberes, habilidades e competências necessárias para compreender os processos algorítmicos, seus efeitos e impactos, bem como os limites e vieses na triagem e distribuição de conteúdo.

Os autores propõem que o letramento algorítmico seja entendido em três dimensões. O primeiro nível, a conscientização (*awareness*), refere-se à capacidade de reconhecer a presença e a influência dos algoritmos na vida cotidiana e nas rotinas profissionais. Isso pressupõe identificar como motores de busca e redes sociais digitais utilizam algoritmos, compreender seus impactos sobre a tomada de decisão e reconhecer situações em que possam introduzir vieses ou falta de transparência.

O segundo nível, gestão (*management*), diz respeito à habilidade de interagir estrategicamente com os algoritmos, seja para otimizar seus efeitos, ou para se proteger contra possíveis distorções. Inclui o uso de ferramentas que permitem gerenciar conteúdos de forma eficaz, o ajuste de parâmetros algorítmicos para reduzir vieses e a exploração ética dos algoritmos para coleta e análise de dados.

Por fim, o nível mais avançado, construção de conhecimento (*knowledge building*), envolve a capacidade de aprofundar o entendimento sobre o funcionamento dos algoritmos e comunicar seus mecanismos e impactos de

maneira didática. Isso inclui analisar e explicar seus processos internos, discutir suas implicações éticas, desenvolver estratégias de uso responsável e até mesmo fiscalizar o funcionamento desses sistemas por meio da retroengenharia.

A partir das entrevistas realizadas, foi possível perceber que, de maneira desigual nos dois veículos, existe um nível de letramento algorítmico que alcança os dois primeiros estágios do modelo proposto por Le Deuff e Roumanos. Tanto no *Brasil de Fato Paraná* quanto no *Plural*, nota-se uma conscientização sobre o funcionamento dos algoritmos e algumas ações voltadas ao seu gerenciamento. No entanto, em ambos os casos, o letramento algorítmico ainda não alcançou integralmente o terceiro nível, que envolve a construção de conhecimento.

Os jornalistas do Brasil de Fato Paraná são os que mais se aproximam do terceiro nível de letramento algorítmico. Lucas Botelho e Fernan Silva demonstram compreender a influência dos algoritmos sobre a visibilidade do conteúdo jornalístico e descrevem estratégias adotadas pelo veículo para reduzir os efeitos da moderação algorítmica sem comprometer sua linha editorial. Essa combinação de estratégias práticas e reflexão crítica os aproxima do nível de construção de conhecimento (*knowledge building*). Cabe destacar a análise de Botelho sobre a hipermediatização e o uso das redes sociais por atores não jornalistas, o que revela uma compreensão crítica sobre os efeitos dessas dinâmicas na produção da informação, colocando sua visão próxima desse estágio.

Rogério Galindo, por outro lado, demonstra um alto nível de conscientização (*awareness*) e, parcialmente, um engajamento com a gestão (*management*). Ele reconhece de forma clara a influência dos algoritmos no jornalismo digital, principalmente no que diz respeito à pressão por engajamento, que afeta a velocidade e a qualidade da produção de notícias. Mesmo ao identificar os desafios impostos pelos algoritmos, ele e o *Plural* adotam uma postura pragmática, priorizando a qualidade do conteúdo em vez da velocidade de produção. Isso sugere um nível básico de gestão algorítmica, com uma estratégia clara para evitar cair na armadilha do sensacionalismo. No entanto, Galindo não demonstra estar tão envolvido na utilização avançada dos algoritmos para otimizar a distribuição de conteúdo, o que limita o seu nível de letramento algorítmico.

Aline Reis apresenta um perfil em que a conscientização (*awareness*) é bem desenvolvida, com indícios de potencial para avançar para a gestão (*management*). Ela mostra uma clara percepção sobre o impacto dos algoritmos na distribuição de conteúdo e na sustentabilidade do jornal. Reis reconhece que, embora o *Plural* utilize otimização para SEO de maneira pontual, ainda há limitações técnicas e estruturais que dificultam um uso mais avançado dessas ferramentas. Sua análise sobre a discrepância entre os conteúdos de interesse público e aqueles que geram maior engajamento reflete uma importante consciência crítica sobre o tema.

Os depoimentos dos quatro jornalistas revelam posturas críticas em relação aos algoritmos, sem, no entanto, implicar uma negação de seu uso ou

de sua funcionalidade. Ao adotar uma perspectiva histórica que contemple a formação da comunicação, é possível perceber que, embora não tenha sido explicitamente verbalizado nas entrevistas, os jornalistas da imprensa progressista tendem a associar os algoritmos a um projeto conservador de mídia que tem se fortalecido desde o início do século. Isso se deve ao fato de que os algoritmos são controlados pelas grandes corporações de comunicação que compõem o oligopólio midiático global, com destaque para as plataformas responsáveis pela distribuição de notícias.

No contexto da recente trajetória da mídia no Brasil, em que a extrema-direita emergiu com o uso de *fake news* como uma estratégia central, a imprensa progressista encontra-se em uma posição defensiva, frequentemente adotando uma postura contrária aos algoritmos. Essa dinâmica pode ser analisada à luz das teorias da comunicação, particularmente dentro da abordagem do modelo de codificação e decodificação proposto por Stuart Hall (2006). Esse modelo, ainda que em outro contexto, sugere que a mídia e seus mecanismos de distribuição desempenham um papel fundamental na luta pelo controle hegemônico da cultura. Hall, juntamente com Douglas Kellner, destaca que há uma disputa pelo domínio sobre os sentidos e os valores que circulam na sociedade. Na era dos sistemas algorítmicos, há uma amplificação dessa luta.

Levando em conta o modelo de Hall, constata-se que a atuação dos jornalistas entrevistados pode ser vista como uma forma de reação negociada ou oposicional aos algoritmos. Eles não apenas questionam o impacto dessas ferramentas no jornalismo, mas também se posicionam contra a lógica de controle que elas impõem à produção e distribuição de conteúdo. Apesar disso, a ideia de letramento algorítmico, entendida como uma competência que possibilita uma ação mais consciente e crítica diante dos algoritmos, surge como um caminho importante para fomentar uma comunicação que fortaleça ideias progressistas e promova a cidadania. Dessa forma, o letramento algorítmico, como ferramenta de capacitação, se configura como um mecanismo potencial de resistência contra a hegemonia dos grandes conglomerados midiáticos, permitindo aos jornalistas e aos cidadãos uma participação mais ativa e informada no ecossistema digital. Isso não implica em uma rejeição total dos algoritmos, mas em um uso estratégico que busque garantir a diversidade de vozes e a equidade na distribuição de conteúdos, contribuindo para a construção de um espaço público mais democrático.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado com jornalistas dos veículos *Brasil de Fato Paraná* e *Plural* evidencia que, no jornalismo progressista, o letramento algorítmico ainda está em estágios iniciais de desenvolvimento, marcado ainda por desafios que dificultam sua consolidação. Por um lado, estão aspectos econômicos, como a falta de recursos desses veículos, por outro lado, está o próprio direcionamento ideológico dos infomediários, mais do nunca aliados a pautas conservadoras.

A pesquisa mostrou que, apesar das limitações no letramento algorítmico, existe uma consciência crescente sobre o impacto dos algoritmos no trabalho jornalístico. Os jornalistas entrevistados, embora ainda não tenham alcançado o nível mais avançado de letramento algorítmico (construção de conhecimento), demonstraram uma clara compreensão dos efeitos desses sistemas na visibilidade do conteúdo. Além disso, muitos adotaram estratégias para mitigar seus efeitos, o que evidencia uma abordagem ativa na gestão das ferramentas algorítmicas, embora as dificuldades relacionadas a recursos financeiros e à formação técnica ainda restrinjam uma adoção mais ampla de práticas avançadas.

Essa realidade evidencia a necessidade de se investir no letramento algorítmico dentro das redações, sobretudo nos meios de comunicação progressistas, pois são eles que enfrentam uma maior desvantagem estrutural em relação às grandes plataformas tecnológicas. A formação crítica e técnica sobre os algoritmos, como propõem Le Deuff e Roumanos (2022), é essencial para capacitar os jornalistas a tomarem decisões informadas e a questionar os sistemas que influenciam diretamente o ecossistema informativo. O desenvolvimento de diretrizes éticas para o uso de algoritmos é um passo importante, mas deve ser acompanhado por ações concretas para promover o letramento contínuo e a capacitação, visando garantir a autonomia editorial e a qualidade do jornalismo.

Além disso, a superação das barreiras impostas pelos algoritmos não é apenas uma questão de adaptação profissional, mas também um desafio fundamental para a democratização da informação. Como Andrew Feenberg (1991) argumenta, a tecnologia deve ser um campo de construção democrática, e é mister que a apropriação dos algoritmos seja feita de forma a garantir que diferentes grupos sociais tenham voz em sua regulação.

Avançar no letramento algorítmico não é apenas uma estratégia de adaptação ao novo cenário tecnológico, mas também uma forma de resistência e de fortalecimento das práticas jornalísticas diante da crescente concentração de poder nas mãos das grandes plataformas digitais. Esse avanço é crucial para assegurar que o jornalismo continue a desempenhar seu papel essencial na formação de uma esfera pública democrática e na promoção de uma sociedade informada e engajada.

Ao investigar as percepções dos editores progressistas sobre o letramento algorítmico, buscamos compreender as dinâmicas contemporâneas do jornalismo e suas interações com as tecnologias emergentes, além de explorar como esses letramentos podem contribuir para uma sociedade mais justa, especialmente no que diz respeito ao acesso equitativo à informação. Desenvolver esse estudo na França permitiu refletir sobre a crescente globalização de determinados fenômenos, incluindo o avanço da desinformação e a crise dos modelos tradicionais de mídia. Observamos que pesquisadores franceses compartilham das mesmas preocupações dos brasileiros quanto à deterioração da democracia, um processo que se reflete diretamente na fragilização do jornalismo. Esse quadro é evidenciado pela precarização do trabalho dos jornalistas, pela redução da diversidade de

veículos de comunicação e pela apropriação da mídia por proprietários alinhados à extrema-direita.

## Algorithmic literacy in progressive journalism: perceptions and challenges of journalists from two news outlets in Paraná

### ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the perceptions of algorithmic literacy among four journalists working for two progressive news outlets in the Brazilian state of Paraná: *Brasil de Fato Paraná* and *Jornal Plural Curitiba*. The study seeks to understand how these professionals perceive and respond to the demands imposed by algorithms on the production and distribution of news content. Adopting a qualitative approach based on semi-structured interviews, the research is organized into four sections. The first discusses the relationship between journalism and technology; the second examines the development of the Brazilian press through the lens of conservative modernization; the third introduces the two news outlets; and the final section analyzes the interview findings. The results indicate that the journalists demonstrate a strong awareness of the influence of algorithms on their professional activities while seeking to reconcile visibility strategies with the editorial commitments that characterize progressive journalism.

**KEYWORDS:** Algorithmic literacy. Progressive journalism. Platform algorithms. Content distribution. Media visibility.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Thais Barbosa de. **Lula en prison** : une analyse multimédiatique de la polémique publique au Brésil dans la presse et sur Twitter autour de l'affaire Triplex (2016-2018). 2023. Sciences de l'information et de la communication. Université de Limoges; Universidade Federal do Paraná (Brasil).
- BARBOSA, Marialva. **História da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2013.
- BARDIN, Laurence. **L'analyse de contenu**. Paris: Presses Universitaires de France, 1987.
- BOTELHO, Lucas. Entrevista a Marcelo Fernando de Lima. Curitiba, agosto de 2024.
- BRASIL DE FATO. Quem somos? Disponível em:  
[https://docs.google.com/document/d/1wPG6jM7vw5lxycOK4d6HNPKSmva\\_fcatpqDZ8gHkUbas/edit?tab=t.0](https://docs.google.com/document/d/1wPG6jM7vw5lxycOK4d6HNPKSmva_fcatpqDZ8gHkUbas/edit?tab=t.0) Acesso em 5 mar. 2025.
- DIAKOPOULOS, Nicholas. **Automating the news**: how algorithms are rewriting the news. Cambridge/ London: Harvard University Press, 2019.
- DUJIN, Anne. Cliver pour mieux régner. **Le Monde**, Paris, p. 2-3, 19 jan. 2019.
- FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo digital**: por uma crítica hacker-fanoniana. São Paulo: Boitempo, 2023.
- FEENBERG, Andrew. **Critical theory of technology**. New York: Oxford University Press, 1991.
- GUILLAUD, Hubert. **Les algorithmes contre la société**. Paris: La fabrique éditions, 2025.
- HALL, Stuart. Codificação/ decodificação. In: HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- LE DEUFF, Olivier; ROUMANOS, Rayya. Enjeux définitionnels et scientifiques de la littérature algorithmique : entre mécanologie et rétro-ingénierie documentaire. **Objets connectés: enjeux technologiques, enjeux de société**, v. 15, n. 2-3, 2022.

KELLNER, Douglas. **Media culture**: cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern. London/ New York: Routledge, 1995.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. 2 ed. São Paulo: Edusp, 2003.

NICOLAU, Jairo. **O Brasil dobrou à direita**: uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso**: da escravidão a Bolsonaro. Edição revista e ampliada. São Paulo: Leya, 2019.

**Recebido**: 25 mai. 2026.

**Aprovado**: 5 jul. 2026.

**DOI**: 10.3895/rde.v17n28.21855

**Como citar**: LIMA, M.F. Letramento algorítmico no jornalismo progressista: percepções e desafios de jornalistas de dois veículos paranaenses. R. Dito Efeito, Curitiba, v. 17, n. 28, 127-150, jan./jun. 2026. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/de>>. Acesso em: XXX.

**Direito autoral**: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

