



**A CURADORIA DIGITAL EM TEMPOS DE DESINFORMAÇÃO: a newsletter
“The News” como mediadora jornalística no ecossistema informativo
contemporâneo¹**

Roberta Pereira Diniz BATISTA²

Ruthy Manuella de Brito COSTA³

(Universidade Estadual do Piauí / UESPI)

Resumo:

Este trabalho, em desenvolvimento⁴, analisa a *newsletter* digital *The News* e seu papel de mediação jornalística em um cenário de desordem informacional. O objetivo geral é analisar criticamente a atuação da *newsletter The News* como mediadora de conteúdo jornalístico no contexto digital contemporâneo, com ênfase nas estratégias editoriais, na curadoria informativa e na interface com processos de desinformação e engajamento do público. De forma específica, os objetivos são: investigar os critérios de seleção e organização das informações utilizadas pela *newsletter The News*, avaliando sua coerência editorial e compromisso com a qualidade da informação; identificar os recursos linguísticos, visuais e narrativos empregados na composição das edições da *newsletter*, destacando possíveis elementos de entretenimento e apelos sensacionalistas; analisar como o formato da *newsletter* dialoga com práticas contemporâneas de consumo de informação, especialmente entre os públicos mais jovens; refletir sobre o papel das *newsletters* digitais como ferramentas de curadoria informativa e enfrentamento da desinformação, considerando os desafios éticos e comunicacionais

¹Resumo expandido apresentado no GT Pesquisa na Graduação, no III Encontro Regional Nordeste de Ensino de Jornalismo (Erejour Nordeste).

² Estudante do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). E-mail: robertabatista@aluno.uespi.br

³Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). Mestre em Comunicação (PPGCOM UFPI). Doutoranda em Comunicação (PPGCOM UFPE). E-mail: ruthycosta@pcs.uespi.br.

⁴ Pesquisa em andamento no PIBIC 25/26 da Universidade Estadual do Piauí - UESPI.



envolvidos. Metodologicamente, utiliza análise de conteúdo de quatro edições não consecutivas da *newsletter The News* com abordagem qualitativa. Teoricamente, se discute curadoria jornalística, desinformação e consumo de informação digital, com foco em newsletters e formatos informativos emergentes, tendo como base, principalmente Castilho e Coelho (2014), Kalsing (2021) e Angrimani(1995). Espera-se que os dados analisados permitam identificar práticas recorrentes de seleção e organização de conteúdo na newsletter, contribuindo para uma reflexão crítica sobre o papel social do jornalismo em tempos de infodemia.

Palavras-chave: Curadoria Digital. Desinformação. Jornalismo Digital. Newsletter. The News.

Introdução

A era digital é caracterizada por um volume massivo de dados e pela disseminação de conteúdos em diferentes níveis de confiabilidade. Nesse cenário, o papel do jornalista como curador de conteúdo torna-se ainda mais relevante. Castilho e Coelho (2014) destacam que a curadoria jornalística é essencial na produção de conhecimento, especialmente em um ambiente onde a informação é abundante e nem sempre confiável. O avanço do acesso à internet tem potencializado esse cenário de sobrecarga informacional, em 2023, entre estimadamente 186,9 milhões de pessoas com 10 anos ou mais no Brasil, 88,0% (ou 164,5 milhões) utilizaram a internet nos três meses anteriores à entrevista, segundo dados do módulo Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), divulgada pelo IBGE em 16 de agosto de 2024. Esse índice, que era de 66,1% em 2016, destaca o crescimento acelerado da conectividade no país, ampliando tanto o acesso à informação quanto os desafios associados à sua mediação, especialmente quando se fala do constante avanço de novos formatos digitais, como é o caso da newsletter *The News*, lançada em 2019,



que destaca-se por apresentar, diariamente, uma seleção das principais notícias do Brasil e do mundo, utilizando uma linguagem acessível e estratégias visuais atrativas. No entanto, sua adoção de títulos provocativos e técnicas de clickbait levanta questões sobre os limites éticos entre atratividade e veracidade no jornalismo digital. Segundo Kalsing (2021), o fenômeno do clickbait, ou “isca de clique”, em tradução livre, refere-se à produção de conteúdos enganosos ou sensacionalistas com o único objetivo de atrair números. Essa prática, comumente popularizada em algumas redações ao redor do mundo, consiste em uma estratégia de “caça-clique”, caracterizada pela quebra de expectativa do usuário, que é atraído por um título chamativo, mas acaba se deparando com um conteúdo que não corresponde à promessa feita. A *newsletter The News* configura-se como um fenômeno relevante dentro do ecossistema digital contemporâneo, ao oferecer uma curadoria diária de notícias com linguagem informal e formatos atrativos, especialmente entre o público jovem e conectado. O projeto de pesquisa propõe uma análise crítica de sua atuação como mediadora de conteúdo jornalístico em tempos de desinformação, buscando compreender os limites e possibilidades desse tipo de formato no fortalecimento da cidadania informacional. Nesse contexto, parte do seguinte questionamento: Como a *newsletter The News* atua como mediadora de conteúdo jornalístico no contexto digital contemporâneo e quais estratégias são utilizadas para a curadoria informativa e combate à desinformação? Metodologicamente, a pesquisa adota abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo. Serão analisadas quatro edições não consecutivas da *newsletter The News*. A análise será guiada pelo método de análise de conteúdo (Bardin, 2016), com as seguintes categorias: 1) curadoria da informação, 2) linguagem e estilo, 3) engajamento e apelo, 4) e relação com a desinformação. A relevância acadêmica desta investigação reside no aprofundamento teórico e metodológico sobre curadoria jornalística, estratégias editoriais digitais e ética informacional em tempos de infodemia. Nessa



lógica, o estudo busca compreender se e como o modelo editorial da The News equilibra relevância informativa e atratividade comunicacional, contribuindo para uma discussão qualificada sobre qualidade jornalística no meio digital. Do ponto de vista social, o projeto pretende fomentar a reflexão crítica entre estudantes, pesquisadores e o público em geral sobre os hábitos de consumo de informação e os riscos associados à superficialidade dos conteúdos noticiosos veiculados de forma acelerada.

Curadoria Jornalística e Desinformação: a mediação da informação na era digital

A curadoria jornalística, no contexto da era digital, deve ser compreendida não apenas como uma resposta à proliferação massiva de informações, mas também como um processo de mediação que busque garantir relevância, clareza e confiabilidade no ecossistema comunicacional. Castilho e Coelho (2014) afirmam que a curadoria exerce papel fundamental na construção de conhecimento, especialmente em cenários em que a informação é amplamente disponível, porém nem sempre correta. O aprofundamento dessa máxima evidencia a curadoria como uma prática distante de neutralidade, uma vez que exige critérios editoriais e responsabilidade ética. A consolidação da cobertura ilustrada pelo IBGE(2024), intensifica os ruídos existentes nos processos de comunicação, pois, embora amplie possibilidades de inclusão digital, também favorece a exposição a conteúdos enganosos ou sensacionalistas, exigindo que o jornalismo se reposicione como mediador confiável. Angrimani (1995) aponta que o sensacionalismo nos meios de comunicação vai além do exagero, ele se apoia em elementos que despertam emoções fortes no público como o medo, a curiosidade e até certos impulsos involuntários. Ao explorar essas reações, o conteúdo sensacionalista acaba atraindo a atenção de forma intensa e imediata, muitas vezes em detrimento da qualidade da informação. Com isso, a atuação de projetos como a newsletter The News, pode refletir



uma forma didática de curadoria, ao selecionar e filtrar notícias cotidianas em linguagem acessível. No entanto, a apropriação de estratégias editoriais, como o uso de títulos provocativos levanta questionamentos sobre os limites entre clareza comunicacional e espetacularização factual. Nesse sentido, o conceito de clickbait torna-se central para compreendermos alguns paradoxos presentes em práticas informativas atuais. Conforme Kalsing (2021), trata-se de uma estratégia que prioriza o clique em detrimento do engajamento, valendo-se de títulos chamativos que conduzem o leitor à expectativa de um conteúdo que nem sempre é cumprido. Portanto, Para discutir o clickbait, é essencial compreender qual é o papel do título em uma notícia. Segundo Lage (1987), o título jornalístico tem a função de resumir as informações que estão no lead, transformando a notícia em uma frase que apresenta os dados mais importantes daquele conteúdo, a adoção espetacularizada desse recurso ainda que aumente o alcance de determinados materiais, desequilibra o compromisso com a veracidade e pode comprometer o veículo.

Resultados esperados

Este trabalho, ainda em andamento, busca contribuir para compreensão crítica da atuação de newsletters digitais como ferramentas de curadoria jornalística no cenário de constantes avanços tecnológicos marcados por desinformação. A pesquisa, ao analisar a *newsletter The News*, pretende analisar e identificar os elementos editoriais, linguísticos e visuais utilizados para atrair e informar os leitores, bem como avaliar os limites éticos entre atratividade e veracidade. Espera-se que a análise revele estratégias como clickbait, humor e agilidade, e como a junção desses recursos influenciam a percepção da audiência sobre a credibilidade da informação. Ainda que em desenvolvimento, já é possível destacar o potencial da pesquisa para debates acadêmicos sobre transformações do jornalismo digital, especialmente sobre o que o jornalismo vêm enfrentando nos



últimos tempos com os avanços digitais. Além disso, espera-se que os dados analisados permitam identificar práticas recorrentes de seleção e organização de conteúdo na newsletter, contribuindo para uma reflexão crítica sobre o papel social do jornalismo em tempos de infodemia.

Referências

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995. v. 47. (Coleção Novas Buscas em Comunicação)

CASTILHO, Carlos; COELHO, Christianne C.S.R. A curadoria e jornalismo na produção de conhecimento. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 11, n. 1, p. 305–312, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p305>. Acesso em: 1 agosto 2025.

KALSING, Janaina. Jornalistas metrificados e a plataformização do jornalismo. 2021. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, 2021.

LAGE, Nilson. Estrutura da Notícia. São Paulo: Ática S. A., 1987.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Em 2023, 88,0% das pessoas com 10 anos ou mais utilizaram Internet. Agência de Notícias: Estatísticas Sociais. Brasília, DF, 16 ago. 2024. Disponível em: [link]. Acesso em: 1 agosto 2025.