

Cultura algorítmica e mediação simbólica: Transformações contemporâneas do jornalismo cultural

*Algorithmic Culture and Symbolic Mediation:
Contemporary Transformations of Cultural Journalism*

***Eduardo Yuji Yamamoto¹**

Universidade Estadual do Centro Oeste – Guarapuava/Paraná
Universidade Estadual de Londrina – Londrina/Paraná

yamamoto@unicentro.br

 <https://orcid.org/0000-0002-3160-7599>

***Herica Luiza Telch²**

Universidade Estadual do Centro Oeste – Guarapuava/Paraná

hericatelch@gmail.com

 <https://orcid.org/0009-0004-2059-0949>

RESUMO: Este ensaio analisa como a plataformação e a cultura algorítmica reconfiguram a mediação simbólica no jornalismo cultural. Delimita como problema a redistribuição das operações de seleção, ordenação e reconhecimento entre críticos, instituições e sistemas computacionais. Adota abordagem teórica e ensaística, articulando Martín-Barbero, Bourdieu e Piza aos estudos de Gillespie, Van Dijck, Striplas, Nieborg e Poell. Demonstra que a ordenação algorítmica amplia ou restringe a exposição das obras, mas não determina isoladamente sua legitimação, produzida em disputas sociais e institucionais. Identifica ainda implicações relacionadas à opacidade dos critérios, às possibilidades de contestação e às temporalidades da experiência cultural. Conclui que o jornalismo cultural pode ampliar sua função crítica ao investigar as infraestruturas, os dados e as métricas que condicionam o encontro entre obras e públicos.

Palavras-chave: Cultura algorítmica. Jornalismo cultural. Mediação cultural. Plataformação. Visibilidade cultural.

ABSTRACT: This essay analyzes how platformization and algorithmic culture reconfigure symbolic mediation in cultural journalism. It frames the redistribution of selection, ordering, and recognition among critics, institutions, and

¹ Doutorado em Comunicação e Cultura pela UFRJ, mestrado em Comunicação Midiática pela UNESP (Bauru-SP) e graduação em Comunicação Social – hab. Jornalismo pela UEL. Professor e pesquisador na UNICENTRO e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UEL. Líder do Grupo de Pesquisa Laboratório de Estudos de Comunicação e Biopolítica (LaBBio/CNPq).

² Graduanda em Jornalismo na UNICENTRO. Voluntária do Programa Institucional de Iniciação Científica (2025-2026) da mesma instituição.

computational systems as its central problem. It adopts a theoretical and essayistic approach, bringing Martín-Barbero, Bourdieu, and Piza into dialogue with Gillespie, Van Dijck, Striphas, Nieborg, and Poell. It shows that algorithmic ordering can expand or restrict the exposure of cultural works but does not independently determine their legitimation, which emerges through social and institutional struggles. It also identifies implications concerning the opacity of selection criteria, the possibilities for contestation, and the temporalities of cultural experience. It concludes that cultural journalism can broaden its critical role by examining the infrastructures, data, and metrics that condition encounters between cultural works and publics.

Keywords: Algorithmic culture. Cultural journalism. Cultural mediation. Cultural visibility. Platformization.

Recebido em: 10/05/2026

Aprovado em: 31/08/2026

INTRODUÇÃO

A ascensão contemporânea da Inteligência Artificial (IA) generativa recolocou no centro do debate questões relacionadas à criação artística, à autoria e à automação cultural. Embora fundamentais, as discussões concentradas na produção de imagens, textos, músicas e vídeos podem obscurecer outra transformação em curso: aquela que incide sobre as condições pelas quais os objetos culturais chegam ao público. No ambiente das plataformas, a questão não envolve apenas quem ou o que produz uma obra, mas os procedimentos que a tornam encontrável, ordenam sua presença entre outros conteúdos e condicionam suas possibilidades de atenção pública.

Essa transformação alcança funções historicamente associadas à crítica cultural, ao jornalismo especializado e às instituições de consagração. Nos ambientes de plataforma, parte do trabalho de seleção passa a ser incorporada a processos técnico-econômicos que articulam coleta de dados, métricas de interação e mecanismos automatizados de ordenação. Isso não significa o desaparecimento dos agentes humanos ou das instituições culturais, mas uma redistribuição da capacidade de selecionar, recomendar e organizar a atenção.

O problema contemporâneo reside, portanto, na coexistência entre formas distintas de mediação e nas relações de poder que se estabelecem entre elas.

Entre as instâncias que participaram desse processo ao longo do tempo, o jornalismo cultural desempenhou uma função particular. Mais do que informar sobre livros, filmes, exposições ou espetáculos, ele relacionava obras a contextos históricos, tradições artísticas e debates públicos, oferecendo argumentos para sua apreciação. Daniel Piza (2004, p. 68) associa essa atividade à tarefa de ampliar a compreensão das obras e de seus contextos, “‘de fazer cabeças’, no bom sentido”, aproximando a arte do público. Sua especificidade não residia apenas na divulgação dos objetos culturais, mas na apresentação pública de interpretações e critérios de julgamento que poderiam ser reconhecidos, discutidos e confrontados.

A digitalização das mídias e a plataformização da cultura modificam as condições em que essa atividade se realiza. Por plataformização, entende-se a crescente penetração das infraestruturas, dos modelos econômicos e das lógicas de dados das plataformas nos diferentes setores da produção cultural (Nieborg; Poell, 2018; Poell; Nieborg; Van Dijck, 2021). No campo da cultura, esse processo não corresponde à simples transferência de conteúdos para ambientes digitais, pois envolve uma dependência crescente de infraestruturas privadas que regulam formas de distribuição, descoberta, interação e monetização. As plataformas deixam, assim, de funcionar apenas como meios pelos quais as obras circulam e passam a participar da definição das condições em que produtores e públicos podem encontrá-las.

A natureza dessa transformação pode ser compreendida a partir das reflexões de Jesús Martín-Barbero. Ao deslocar o eixo dos estudos comunicacionais para as mediações, o autor propõe pensar a comunicação não só como transmissão de mensagens, mas como processo cultural articulado a práticas sociais, experiências e formas históricas de reconhecimento. Como afirma Martín-Barbero (1997, p. 16), “a comunicação se tornou [...] questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos mas de re-conhecimento”.

Neste ensaio, esse deslocamento permite tratar o jornalismo e as plataformas não como canais neutros situados entre as obras e seus públicos, mas como elementos que participam da configuração das condições de experiência cultural. Enquanto a crítica jornalística intervém principalmente por meio da contextualização e da argumentação, as plataformas atuam na organização prévia do campo de exposição, definindo relações de proximidade, prioridade e recorrência entre os conteúdos. Não se pretende aqui equiparar essas formas de mediação, mas investigar como cada uma delas interfere, de maneira distinta, naquilo que pode ser encontrado, interpretado e socialmente reconhecido.

A perspectiva de Pierre Bourdieu acrescenta outra dimensão a esse debate. Em *As regras da arte*, o autor demonstra que o valor cultural não constitui uma propriedade inerente às obras, mas é produzido nas relações entre agentes, instituições e práticas que disputam a capacidade de reconhecê-las e consagrá-las. Essa formulação permite distinguir exposição e legitimação: ocupar uma posição destacada em um *ranking* ou sistema de recomendação não equivale, por si só, a possuir valor cultural reconhecido. A exposição proporcionada pelas plataformas pode, entretanto, alterar as condições sob as quais uma obra ingressa nas disputas interpretativas e institucionais que participam da produção desse valor.

A articulação entre Martín-Barbero e Bourdieu conduz à questão central deste ensaio: se as mediações participam das formas de reconhecimento e se o valor cultural é produzido por relações sociais, o que se modifica quando parte das operações de seleção passa a integrar as infraestruturas das plataformas? Para Tarleton Gillespie (2018), os algoritmos exercem papel crescente na definição daquilo que se torna publicamente relevante. O problema não consiste em atribuir a eles a capacidade autônoma de produzir valor, mas em compreender como seus procedimentos interferem nas condições de exposição, encontro e disputa a partir das quais o reconhecimento cultural pode ser construído.

Do ponto de vista metodológico, o ensaio realiza uma leitura articulada de dois conjuntos teóricos. O primeiro reúne as reflexões de Martín-Barbero,

Bourdieu e Piza sobre mediação, reconhecimento e legitimação cultural; o segundo mobiliza Gillespie, Van Dijck, Striphos, Nieborg e Poell para examinar algoritmos, plataformas e circulação digital. A aproximação entre esses conjuntos organiza-se em torno de três eixos: as instâncias que realizam a seleção cultural, os critérios pelos quais a relevância é produzida e as condições que permitem reconhecer e contestar tais critérios. Não se pretende realizar uma revisão sistemática da literatura, mas construir uma interpretação conceitual das transformações que atravessam o jornalismo cultural no ambiente das plataformas.

1. JORNALISMO CULTURAL E MEDIAÇÃO SIMBÓLICA

Para compreender as recentes mutações no processo de mediação, é necessário identificar as operações que historicamente caracterizaram o jornalismo cultural. Seu papel não se definiu apenas pelos objetos de que tratava, mas pela forma como os inseria em uma esfera pública de avaliação e debate. A consolidação desse campo esteve associada ao desenvolvimento da imprensa moderna e à formação de públicos interessados na discussão de ideias, valores e produções artísticas. É precisamente nesse contexto que Piza situa seu aparecimento:

[...] o jornalismo cultural, dedicado à avaliação de ideias, valores e artes, é produto de uma era que se inicia depois do Renascimento, quando as máquinas começaram a transformar a economia, a imprensa já tinha sido inventada (por Gutenberg em 1450) e o Humanismo se propagara da Itália para toda a Europa, influenciando o teatro de Shakespeare na Inglaterra e a filosofia de Montaigne na França (Piza, 2004, p. 32-33).

O surgimento do jornalismo cultural articula-se, assim, às transformações da cultura letrada, da circulação intelectual e da expansão dos meios impressos. Ao longo do século XX, suplementos literários, cadernos culturais e revistas especializadas passaram a organizar uma temporalidade pública para a cultura: lançamentos, exposições, filmes e debates eram selecionados, relacionados entre si e inscritos em uma agenda compartilhada. Além de conferir atualidade aos objetos culturais, essas publicações produziam registros que poderiam

permanecer disponíveis para avaliações posteriores, contribuindo para a formação de repertórios e para a memória da produção artística. Essa capacidade de selecionar e oferecer publicamente elementos de julgamento é explicitada por Piza:

[...] como a função jornalística é selecionar aquilo que reporta (editar, hierarquizar, comentar, analisar), influir sobre os critérios de escolha dos leitores, fornecer elementos e argumentos para sua opinião, a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe (Piza, 2004, p. 45).

As operações descritas por Piza possuíam um caráter performativo: ao interpretar uma obra, a crítica também contribuía para posicioná-la no espaço cultural. Uma resenha podia aproximá-la de determinada tradição, diferenciá-la de outras produções, estabelecer interlocutores e sugerir os públicos aos quais ela poderia interessar. Esses enquadramentos não determinavam de maneira absoluta sua recepção, mas ofereciam referências para que a experiência individual se vinculasse a repertórios e debates coletivos. A mediação jornalística participava, desse modo, não apenas da apreciação das obras, mas da constituição dos públicos capazes de reconhecê-las como objetos de interesse cultural.

Martín-Barbero permite ampliar essa formulação para além da intervenção deliberada do crítico ou da publicação. A mediação não corresponde apenas a uma ação exercida entre a obra e o público, mas às articulações históricas entre formatos comunicacionais, instituições e práticas sociais que tornam determinadas experiências culturalmente inteligíveis. Desse ponto de vista, a crítica jornalística constitui uma das operações envolvidas no reconhecimento das obras, sem controlar isoladamente seus sentidos ou formas de apropriação. A questão passa a ser o modo como diferentes agentes, linguagens e condições de circulação participam da formação de uma experiência cultural compartilhável. Ao discutir as relações entre cultura e comunicação, Martín-Barbero (1997, p. 304) observa que “não existe acesso à

memória histórica nem projeção sobre o futuro que não passe pela imaginação”, hoje mediada pelos formatos e gêneros da comunicação coletiva.

Se Martín-Barbero permite compreender a mediação como articulação entre instituições, linguagens e práticas sociais, Bourdieu possibilita situar essas articulações em relações desiguais de poder. O jornalismo cultural não intervém de uma posição exterior ao campo da cultura: a autoridade de críticos e publicações depende das relações que mantêm com artistas, editoras, universidades, museus, festivais, mercados e diferentes grupos de leitores. Sua capacidade de produzir reconhecimento varia, portanto, conforme o prestígio acumulado pelos veículos, a posição ocupada pelos agentes e os critérios de avaliação que conseguem tornar legítimos. É nesse sentido que Bourdieu (1996, p. 243) propõe três níveis articulados para a análise das obras culturais: “Primeiro, a análise da posição do campo literário (etc.) no seio do campo do poder; em seguida, a análise da estrutura interna do campo literário; enfim, a análise da gênese dos *habitus* dos ocupantes dessas posições”.

Aplicadas ao problema deste ensaio, as três operações permitem situar o jornalismo cultural na interseção entre o campo jornalístico e o campo de produção cultural. A relação com o campo do poder remete às pressões econômicas, políticas e institucionais que condicionam veículos e agentes. A análise da estrutura interna permite observar as hierarquias entre publicações, seções, gêneros jornalísticos e posições profissionais. A gênese dos *habitus*, por sua vez, chama atenção para as disposições, repertórios e critérios de apreciação incorporados por jornalistas e críticos ao longo de suas trajetórias. A autoridade crítica não decorre, assim, apenas da qualidade intrínseca de um argumento, mas também da posição social a partir da qual ele é enunciado.

É essa autoridade socialmente situada que permite ao jornalismo participar da produção do valor das obras. Uma avaliação não cria isoladamente a legitimidade cultural, mas pode fornecer categorias de percepção, estabelecer distinções e reforçar ou questionar classificações já existentes. O alcance dessa intervenção depende do capital simbólico da publicação, do reconhecimento atribuído ao crítico e da capacidade de seu julgamento repercutir em outras

instâncias do campo. Por isso, Bourdieu desloca a análise da produção material da obra para as condições sociais de produção da crença em seu valor:

Sendo dado que a obra de arte só existe enquanto objeto simbólico dotado de valor se é conhecida e reconhecida, ou seja, socialmente instituída como obra de arte por espectadores dotados da disposição e da competência estéticas necessárias para a conhecer e reconhecer como tal, a ciência das obras tem por objeto não apenas a produção material da obra, mas também a produção do valor da obra ou, o que dá no mesmo, da crença no valor da obra (Bourdieu, 1996, p. 259).

A distinção entre produção material e produção da crença é decisiva para compreender o papel do jornalismo cultural. Para Bourdieu (1996, p. 259), “o produtor do valor da obra de arte não é o artista, mas o campo de produção enquanto universo de crença que produz o valor da obra de arte como fetiche ao produzir a crença no poder criador do artista”. Portanto, mesmo que o crítico não produza a obra, ele participa da formação das condições pelas quais essa será percebida como relevante, inovadora, representativa ou digna de permanência.

No entanto, esse efeito nunca é automático: uma avaliação adquire força quando se articula a outras tomadas de posição, instituições e práticas de reconhecimento. A legitimação constitui, portanto, um processo relacional e conflitivo, razão pela qual o autor define o campo de produção cultural como “o lugar de uma luta concorrencial pela legitimidade cultural” (Bourdieu, 1996, p. 311). A entrada das plataformas digitais não elimina essas disputas, mas introduz nelas novos agentes, recursos de classificação e formas de controle sobre o encontro entre obras e públicos. É a transformação dessas condições que orienta a seção seguinte.

2. CULTURA ALGORÍTMICA E TRANSFORMAÇÕES DA MEDIAÇÃO CULTURAL

A passagem para a mediação algorítmica não deve ser descrita como simples substituição do julgamento humano pela decisão técnica. As instituições tradicionais também selecionavam, hierarquizavam e excluíam obras, além de estarem atravessadas por interesses econômicos e assimetrias de poder. A transformação contemporânea modifica, todavia, a escala, a temporalidade e o

modo de operação dessas escolhas. Enquanto seleções editoriais tendiam a produzir ordenamentos relativamente estáveis e compartilhados por diferentes leitores, as plataformas podem recalcular seus resultados a partir dos dados gerados pelas interações de cada usuário. A seleção torna-se, assim, dinâmica e recursiva: comportamentos anteriores alimentam sistemas que reorganizam as possibilidades posteriores de acesso, exposição e descoberta cultural.

Tal recursividade modifica a forma temporal da mediação. Em uma publicação impressa, por exemplo, a seleção materializa-se em uma edição estável que pode ser examinada como um conjunto delimitado de escolhas. Nas plataformas, no entanto, resultados de busca, recomendações e posições de destaque podem ser recalculados a cada acesso, incorporando novos dados produzidos pela atividade dos usuários. Nesse caso, a mediação deixa de se concentrar em intervenções editoriais pontuais e passa a operar no próprio ambiente em que os conteúdos são encontrados. Compreender esse funcionamento exige precisar o que se entende por algoritmo e como seus procedimentos se integram às infraestruturas das plataformas.

Em sentido amplo, o termo algoritmo – tal como empregado neste ensaio – refere-se ao conjunto de procedimentos codificados que recebem dados, aplicam critérios e cálculos e produzem resultados. Nas plataformas digitais, esse conjunto pode ordenar resultados de busca, recomendar conteúdos, classificar perfis, calcular tendências e definir prioridades de visibilidade. Seu interesse, portanto, não se reduz à dimensão técnica: quando operam sobre dados de navegação, interação e consumo, tais procedimentos participam da seleção do que se torna encontrável e publicamente relevante. Por essa razão, o algoritmo será compreendido aqui como componente de um arranjo sociotécnico que incorpora escolhas de coleta, classificação e avaliação da relevância, e não como um agente autônomo ou neutro (Gillespie, 2018, p. 97).

Ao discutir a emergência daquilo que denomina “cultura da conectividade”, José van Dijck observa:

Com o rápido crescimento das plataformas de mídia social, ocorreu a incorporação desses *sites* por empresas de informação já existentes e também por novas corporações. Frequentemente, essas empresas pareciam menos interessadas nas comunidades de usuários do que

nos seus dados – um subproduto do ato de criar conexões e permanecer conectado *online*. A conectividade rapidamente evoluiu para um recurso valioso à medida que engenheiros encontraram maneiras de codificar informações em algoritmos capazes de consolidar uma forma particular de sociabilidade *online* e torná-la lucrativa nos mercados digitais, servindo a um mercado global de redes sociais e conteúdos gerados por usuários (Van Dijck, 2013, p. 4, tradução nossa).

A formulação de Van Dijck mostra que os dados gerados pelas conexões não constituem apenas um subproduto técnico da participação dos usuários: eles se convertem em recurso econômico das plataformas. Interações sociais, preferências culturais e comportamentos de navegação podem ser registrados, relacionados e utilizados tanto na personalização dos serviços quanto na produção de valor comercial. A organização algorítmica da sociabilidade não se encontra, portanto, separada do modelo de negócios que sustenta essas infraestruturas. Para a mediação cultural, isso significa que as condições de encontro com as obras passam a ser configuradas em ambientes nos quais a ordenação dos conteúdos, a coleta de dados e a monetização das interações operam de maneira articulada.

Essa transformação torna-se ainda mais evidente quando Tarleton Gillespie analisa a crescente centralidade dos algoritmos nos regimes contemporâneos de informação e reconhecimento público:

Os algoritmos desempenham um papel cada vez mais importante na seleção das informações consideradas de maior relevância para nós, um aspecto fundamental da nossa participação na vida pública. As ferramentas de busca nos ajudam a navegar em grandes bases de dados ou por toda a web. Os algoritmos de recomendação mapeiam nossas preferências em relação a outros usuários, trazendo ao nosso encontro sugestões de fragmentos novos ou esquecidos da cultura. Eles gerenciam as nossas interações em sites de redes sociais, destacando as novidades de um amigo enquanto excluem as novidades de outro. Os algoritmos projetados para calcular o que 'está em alta', o que é 'tendência' ou o que é 'mais discutido' nos oferecem uma camada superficial das conversas aparentemente sem fim que estão disponíveis. Juntos, eles não só nos ajudam a encontrar informações, mas nos fornecem meios para saber o que há para ser conhecido e como fazê-lo; a participar dos discursos sociais e políticos e de nos familiarizarmos com os públicos dos quais participamos (Gillespie, 2018, p. 97).

Os processos descritos por Gillespie distribuem atenção e estabelecem prioridades informacionais, mas não produzem necessariamente um juízo estético semelhante ao formulado por um crítico. Um sistema de recomendação pode posicionar uma obra diante de determinados usuários sem argumentar sobre a sua singularidade. Ainda assim, a exposição constitui uma condição importante para que a obra seja conhecida, interpretada e incorporada a outras instâncias de reconhecimento. *Rankings*, listas de tendências e recomendações não equivalem, por si mesmos, à legitimação simbólica descrita por Bourdieu, mas podem influenciar as condições em que ela ocorre.

Essa distinção impede que visibilidade e valor cultural sejam tratados como sinônimos. A ordenação algorítmica produz diferenças de exposição; a legitimação depende da maneira como essa exposição repercute entre públicos, críticos, instituições e demais agentes do campo. Uma obra amplamente recomendada pode não adquirir reconhecimento duradouro, assim como uma produção pouco favorecida pelas plataformas pode alcançar prestígio em circuitos especializados. O poder dos algoritmos reside menos na capacidade autônoma de determinar o valor do que na possibilidade de condicionar os encontros e as disputas a partir dos quais esse valor será socialmente construído.

Striphas amplia essa discussão ao deslocar o foco da seleção informacional para a delegação do próprio trabalho cultural de ordenar pessoas, objetos e ideias:

Ao longo dos últimos trinta anos, aproximadamente, os seres humanos vêm delegando o trabalho da cultura – a classificação, ordenação e hierarquização de pessoas, lugares, objetos e ideias – de maneira crescente aos processos computacionais. Tal mudança altera significativamente a forma como a categoria cultura tem sido historicamente praticada, experienciada e compreendida, dando origem ao que, seguindo Alexander Galloway, estou chamando de ‘cultura algorítmica’ (Striphas, 2015, p. 395, tradução nossa).

A delegação descrita por Striphas pressupõe a tradução de operações culturais em procedimentos computáveis. Sistemas algorítmicos não apreendem diretamente qualidades como originalidade, importância histórica ou complexidade estética; eles operam sobre dados que podem ser formalizados e

comparados. Cliques, avaliações, tempo de permanência, recorrência de consumo e relações estatísticas entre usuários tornam-se indicadores a partir dos quais conteúdos são classificados e recomendados. Essas medidas não refletem simplesmente preferências previamente constituídas: ao orientar exposições futuras, elas também participam da formação dos comportamentos que posteriormente serão registrados como novos dados.

O episódio da *Amazon* examinado por Striplhas permite observar concretamente esse processo. Livros com temática LGBT deixaram de aparecer em determinados *rankings* e resultados de busca depois de serem associados à categoria de conteúdo adulto. O sistema aplicava uma regra de classificação, mas a categoria sobre a qual operava já incorporava uma decisão cultural acerca dos conteúdos que deveriam receber menor exposição. A exclusão não resultava, portanto, de uma escolha realizada exclusivamente pelo algoritmo, nem de uma decisão editorial anunciada no momento em que os resultados eram apresentados. Ela emergia da articulação entre categorias previamente definidas, políticas institucionais e procedimentos automatizados de ordenação. O caso demonstra que classificações aparentemente técnicas podem estabilizar julgamentos normativos e convertê-los em diferenças concretas de encontrabilidade (Striplhas, 2015, p. 395-396).

O diagnóstico de Piza (2004) sobre a mercantilização da cultura e a perda de espaço da crítica especializada permite situar historicamente essa transformação, mas a plataformização introduz uma diferença adicional. Embora os interesses mercadológicos já atravessassem as escolhas editoriais, nas plataformas eles passam a integrar infraestruturas capazes de acompanhar comportamentos, personalizar ordenamentos e atualizar as condições de exposição. A diferença não reside na oposição entre um julgamento humano desinteressado e uma decisão técnica comercial, mas na forma como os critérios são formulados e apresentados. A crítica jornalística tende a expressar seu julgamento por meio de argumentos atribuíveis a autores e publicações, enquanto a recomendação algorítmica se apresenta principalmente por seus resultados. Ambas as mediações coexistem e podem reforçar-se ou contradizer-se: a exposição promovida por uma plataforma pode alimentar processos de

legitimação, assim como a crítica pode conferir permanência a obras que não alcançam destaque nos fluxos de recomendação.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise aqui desenvolvida permite argumentar que a plataformização não extingue as mediações culturais anteriores, mas redistribui funções e capacidades entre críticos, instituições, públicos e sistemas computacionais. A transformação não consiste na mera substituição do julgamento humano pela decisão técnica. Ela envolve a coexistência entre práticas que justificam discursivamente suas avaliações e procedimentos que ordenam conteúdos a partir de dados, métricas e modelos de cálculo. Como nenhuma dessas formas de mediação é neutra ou exterior às relações de poder, a questão central passa a ser o modo específico como cada uma seleciona, apresenta e torna discutíveis os seus critérios.

Uma primeira implicação dessa perspectiva é a necessidade de distinguir exposição e legitimação. A posição destacada de uma obra em *rankings* ou sistemas de recomendação pode ampliar suas possibilidades de encontro com diferentes públicos, mas não determina automaticamente seu reconhecimento como objeto cultural relevante. A legitimação depende da conversão dessa exposição em interpretações, avaliações e formas de reconhecimento produzidas por diferentes agentes e instituições. Do mesmo modo, uma obra pouco favorecida pelos fluxos das plataformas pode adquirir prestígio e permanência em circuitos especializados. A mediação algorítmica participa, assim, das condições em que o valor cultural é disputado, mas não substitui a multiplicidade de relações sociais envolvidas em sua produção. Torna-se necessário investigar como popularidade estatística, atenção momentânea e autoridade simbólica se reforçam, se contradizem ou permanecem relativamente independentes.

Uma segunda implicação diz respeito às possibilidades de atribuição e contestação das escolhas. A crítica tradicional nunca foi inteiramente transparente, desinteressada ou livre de condicionamentos mercadológicos.

Ainda assim, uma avaliação assinada oferece um ponto de enunciação ao qual argumentos e critérios podem ser atribuídos e diante do qual outras interpretações podem se posicionar. Nas plataformas, a ordenação resulta de uma cadeia distribuída de decisões que envolve categorias, bases de dados, modelos computacionais, métricas de interação e objetivos empresariais. O usuário encontra o resultado dessa articulação sem necessariamente dispor das condições para reconstruir o percurso que o produziu. A opacidade algorítmica não corresponde, portanto, apenas ao segredo do código ou à complexidade técnica, mas à assimetria entre aqueles que controlam os procedimentos de ordenação e aqueles que experimentam seus efeitos. O problema consiste em saber quais possibilidades produtores, públicos e instituições possuem para solicitar explicações, questionar classificações e responsabilizar os agentes envolvidos.

Uma terceira implicação envolve as temporalidades da experiência cultural. A atualização contínua dos sistemas de recomendação pode favorecer conteúdos capazes de produzir interações recentes e alimentar rapidamente novos ciclos de exposição. Isso não significa que as plataformas conduzam inevitavelmente ao desaparecimento da memória cultural: os mesmos sistemas também podem recuperar obras de catálogo e aproximá-las de novos públicos. A questão está nas condições sob as quais determinados objetos permanecem acessíveis enquanto outros perdem espaço quando deixam de gerar sinais mensuráveis de atividade. A relação entre atualização e permanência torna-se, desse modo, um problema central para a formação de repertórios. Instituições de memória, práticas curatoriais e jornalismo cultural podem desempenhar uma função relevante ao restabelecer relações históricas, recuperar obras afastadas dos fluxos de atualidade e produzir contextos que não dependam exclusivamente da recorrência registrada pelas plataformas.

Para o jornalismo cultural, esse cenário não exige a recuperação de um monopólio perdido sobre a seleção e a avaliação das obras. Ele sugere, antes, uma ampliação de seu próprio objeto crítico. Portanto, mais do que de interpretar produções artísticas, contextualizar experiências estéticas e acompanhar disputas no campo cultural, o jornalismo pode examinar as infraestruturas que

condicionam o acesso às obras, investigar os critérios presentes em *rankings* e recomendações, além de tornar publicamente discutíveis as assimetrias produzidas por esses sistemas.

Essa tarefa pressupõe perguntar quais comportamentos são convertidos em dados, quem define as categorias utilizadas, que concepções de relevância orientam os cálculos e quais conteúdos permanecem fora de seus ordenamentos. A crítica cultural pode, assim, atuar não somente sobre aquilo que as plataformas apresentam, mas também sobre as condições técnicas, econômicas e institucionais que participam dessa apresentação.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. Tradução Amanda Jurno. Revisão Carlos d'Andrea. **Parágrafo**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan./abr. 2018. Disponível em:
<https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722>. Acesso em 29 ago. 2026.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. *The platformization of cultural production: theorizing the contingent cultural commodity*. **New Media & Society**, Londres, v. 20, n. 11, p. 4275-4292, 2018. DOI:
<https://doi.org/10.1177/1461444818769694>. Acesso em 29 ago. 2026.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2004.

POELL, Thomas; NIEBORG, David B.; VAN DIJCK, José. **Platforms and cultural production**. Cambridge: Polity Press, 2021.

STRIPHAS, Ted. *Algorithmic culture*. **European Journal of Cultural Studies**, Londres, v. 18, n. 4-5, p. 395-412, 2015. DOI:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367549415577392>. Acesso em 29 ago. 2026.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. Oxford: Oxford University Press, 2013.