

# OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

## THE IMPACTS OF TECHNOLOGIES ON JOURNALISM IN THE VOICE OF JOURNALISTS FROM GOIÂNIA

Tatiana Carilly Oliveira ANDRADE<sup>1</sup>

Ana Carolina TEMER<sup>2</sup>

Universidade Federal de Goiás | Brasil

### Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar os impactos das tecnologias da informação e da comunicação na área jornalística. Para tanto, o percurso metodológico ocorreu por meio de pesquisa bibliográfica pautada em autores que se dedicam à discussão e reflexão do tema proposto, bem como pela aplicação de questionário com jornalistas goianienses. A análise dos questionários foi em busca da percepção sobre os impactos dos avanços tecnológicos no campo jornalístico, destacando a voz desses profissionais sobre os desafios enfrentados na produção noticiosa diante dos avanços tecnológicos e apresentando suas perspectivas/expectativas acerca do campo, levando em conta a transformação que se observa na prática jornalística advinda da evolução tecnológica. Como considerações finais, além dos desafios tecnológicos enfrentados pela categoria, vive-se também na área uma desvalorização do profissional e precarização dos direitos trabalhistas.

### Palavras-chave

Tecnologias; Jornalismo; Jornalistas; Produção de notícia; Era Digital.

### Abstract

This article aims to analyze the impacts of information and communication technologies in the journalistic field. To do so, the methodological approach involved a literature review based on authors dedicated to the discussion and reflection of the proposed topic, as well as the application of a questionnaire with journalists from Goiânia. The analysis of the questionnaires sought to understand the perception of the impacts of technological advancements in the journalistic field, highlighting the voices of these professionals regarding the challenges faced in news production in light of technological advancements and presenting their perspectives/expectations regarding the field, taking into account the transformation observed in journalistic practice resulting from technological evolution. In final considerations, in addition to the technological challenges faced by the category, there is also a devaluation of the professional and a precariousness of labor rights in the field.

### Keywords

Technologies; Journalism; Journalists; News production; Digital age.

RECEBIDO EM 15 DE NOVEMBRO DE 2023

ACEITO EM 23 DE NOVEMBRO DE 2023

<sup>1</sup> Pós-doutoranda na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC-UFG), Coordenadora da Equipe Multidisciplinar de Produção de Conteúdo e do Núcleo de Inovação e Tecnologias Educacionais do Centro Universitário Araguaia (Uniaraguaia). *E-mail:* [tatianacarilly@gmail.com](mailto:tatianacarilly@gmail.com).

<sup>2</sup> Pós-doutora pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e Universidade Federal de Pernambuco. Professora Visitante na Universidade Federal de Goiás e Orientadora de Doutorado e Pós-Doutorado. *E-mail:* [anacarolina.temer@gmail.com](mailto:anacarolina.temer@gmail.com).

O campo jornalístico sofre o impacto do desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação (TICs). Os processos e as técnicas de impressão permitiram o surgimento dos jornais com a possibilidade da difusão de informação e da promoção do diálogo social para espaços geográficos distantes, além do armazenamento da informação e da história coletiva da sociedade.

Das páginas dos impressos, o jornalismo passou a utilizar, também, os avanços tecnológicos das áreas do áudio, vídeo e *web*, adaptando linguagem, processo de produção e modelo de negócio a cada advento e desenvolvimento de uma nova mídia – rádio, TV, Internet.

Este artigo buscou analisar os impactos das tecnologias no jornalismo, apresentando discussão sobre as mudanças no campo jornalístico e os desafios enfrentados pelos profissionais de jornalismo diante da evolução tecnológica, bem como as expectativas em relação à área. Para dialogar com o tema, foram apresentados alguns pesquisadores do jornalismo que estudam o assunto, entre eles: João Canavilhas, Carlos Castilho, Mark Briggs, Henry Jenkins, Ciro Marcondes, Sérgio Mattos, Isabel Travancas, entre outros.

Optou-se, também, por dar voz aos jornalistas goianienses, aplicando questionário estruturado a fim de saber a percepção deles sobre questões que intentam revelar como as tecnologias podem estar reconfigurando o exercício do jornalismo.

Nos anos de 1990, a jornalista Isabel Travancas (1993), em sua obra *O mundo dos jornalistas*, destaca essa disposição de profissionalização do jornalismo, orientado pela lógica empresarial. Ela ressalta, também, a criação de legislação referente a questões trabalhistas da categoria, alerta sobre as doenças oriundas do exercício da profissão.

A autora, ainda, apresenta as diversas funções jornalísticas numa empresa de comunicação, evidencia, além do mais, a chegada dos

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

computadores às redações e o fim dos ruídos das máquinas de escrever, e destaca o fato de o jornalista ser:

[...] o centro vivo do jornal, ou melhor, seu coração que bate e pulsa. Esta associação é pertinente na medida em que é o espaço que funciona 24 horas por dia e no qual se encontra a razão da existência do jornal: a produção da informação. Pois se a notícia se encontra na rua, sua elaboração é feita na redação (Travancas, 1993, p. 23).

As mudanças no campo jornalístico advindas da evolução tecnológica não parariam por aí. A internet trouxe novas possibilidades aos veículos jornalísticos, aos profissionais do jornalismo. Nesse início da década de 1990, por exemplo, a notícia passou a ser encontrada não apenas na rua, mas também na *web*, espaço que democratizou o acesso, processamento e compartilhamento de informações e que possibilitou a seu usuário a oportunidade de ação sobre as notícias, reconfigurando a relação de poder entre jornalista, veículos jornalísticos e o público.

A elaboração da notícia também deixou de ser exclusivamente feita na redação. Os dispositivos móveis cada vez menores e conectados à *web* propiciaram produzir e publicar notícias em plataformas multimidiáticas de qualquer lugar para todo o mundo. Há, também, hoje, um formato híbrido de trabalho, realizado tanto de forma presencial como virtual, intensificado durante a pandemia de Covid-19 (SARS-CoV-2) e adotado com mais força desde então por jornalistas e empresas jornalísticas.

Nesse contexto, os profissionais têm como desafio atuarem sob novas e avançadas tecnologias digitais fundamentais para a construção e divulgação da notícia, o que tem levantado reflexões sobre o jornalismo.

Nos anos 2000, Marcondes Filho já tecia a seguinte crítica:

Jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma habilidade investigativa ou linguística. Bom jornalista passou a ser mais aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias do que aquele que mais sabe ou que melhor escreve. Ele deve ser uma peça que funciona bem, 'universal', seja, acoplável a qualquer altura

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

do sistema de produção de informações (Marcondes Filho, 2002, p. 36).

Sérgio Mattos (2013), em sua obra *A revolução digital e os desafios da comunicação*, instiga o debate e a reflexão sobre os novos desafios que os avanços tecnológicos trouxeram para as mídias tradicionais, dando destaque para o declínio do modelo tradicional de negócios das empresas jornalísticas, os impactos do crescimento e a influência das redes sociais no processo de produção de notícia.

Tudo isso num contexto em que novas formas de apresentação e compartilhamento de informações passaram a se configurar evidenciando a convergência da mídia com realce para “o novo protagonista da comunicação” – o *prosumer* – que convida o jornalista a se reinventar, como bem analisa Pâmela Bório (2014).

Ainda sobre esse novo comportamento do público, oportunizado pela *web*, redes sociais e dispositivos tecnológicos, especialmente os móveis, a pesquisadora Maíra Sousa (2013, p. 28) traz a seguinte consideração: “A produção e a distribuição de notícias passa a contar também com os usuários, alterando o ecossistema midiático”.

Observa-se, aqui, a superação do modelo tradicional, unidirecional de comunicação, que tinha como centro o jornalista, produtor exclusivo da notícia a ser consumida pelo público passivo; e as empresas jornalísticas como únicas distribuidoras de notícias.

Nesse novo ecossistema, o público também produz e distribui informações/notícias. Sobre isso, Mattos (2013) faz a seguinte crítica:

Ao mesmo tempo em que a cultura digital permite uma comunicação mais flexível do que a produzida pelas mídias tradicionais (impresso, rádio e TV), ela não privilegia o processo reflexivo, tendo em vista que muitas vezes a inovação é incorporada de maneira imediatista e de forma acrítica. Em síntese, o sistema digital rompeu com o modelo de produção e distribuição da informação de um-para-todos, pois no ciberespaço a relação acontece no contexto todos-todos, modificando comportamentos sedimentados pelas mídias tradicionais (Mattos, 2013, p. 8).

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

A figura do *gatekeeper* ganha um novo papel na economia de atenção gerada pelo excesso de informações disponíveis nos inúmeros espaços da *web* que misturam notícias, *fake news* e entretenimento, este último, muitas vezes, contaminando jornalistas e notícias em busca da audiência.

Surge o *gatewatcher*, que:

funciona como um analista de mercados financeiros que aconselha os seus seguidores/amigos a investirem a sua atenção neste ou naquele tema. [...] Este fluxo de atenção cresce à medida que a notícia é partilhada e comentada pelos leitores, gerando-se novas ligações entre leitores (Canavilhas, 2010, p. 5).

É importante ressaltar também que a cultura digital tem contribuído sobremaneira para que as notícias se tornem virais, difundindo-se rapidamente por meio de compartilhamentos e curtidas que geram cada vez mais visualizações e seguidores. Se o alcance da audiência, que se expandiu de uma escala regional, nacional para todo o mundo, de um lado, pode ser considerado um ponto positivo da distribuição de notícias pela internet; por outro, cabe o alerta para o fato de que o excesso de informação gera também desinformação e esse ambiente virtual tem se mostrado muito favorável à disseminação de *fake news*.

Ainda refletindo sobre os meios de comunicação no meio digital, Henry Jenkins (2009, p. 30) cunha o termo cultura de convergência, que é

o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Evidencia-se que essa cultura de convergência está ligada à cultura participativa e à inteligência coletiva.

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

Ao sinalizar para mudanças de comportamentos do público e, conseqüentemente, da produção noticiosa, esse autor faz a seguinte análise e prenúncio de que é urgente redesenhar o campo teórico e prático jornalístico: “As mídias tradicionais são passivas. As mídias atuais participativas e interativas. Elas coexistem. E estão em rota de colisão. Bem-vindo à revolução do conhecimento. Bem-vindo à cultura da convergência” (Jenkins, 2009, p. 28).

É nesse contexto que os veículos de comunicação passaram a investir em plataformas multimídias, possibilitando a inserção de textos, imagens e vídeos, além dos espaços de interatividade em tempo real, permitindo ao jornalista contar história de modo mais envolvente, buscando proporcionar uma experiência comunicacional dialógica e mais rica com participação ativa do público.

O modelo de negócios tradicionais da mídia também teve de recorrer às novas receitas com a publicidade *online* e às assinaturas digitais. O jornalista e professor Carlos Castilho explica que

A digitalização do jornalismo e da imprensa provocou o surgimento de uma nova estrutura de produção de notícias. As empresas jornalísticas entraram em crise por conta da necessidade de buscar outras formas de sustentação financeira porque houve uma migração da publicidade paga para a internet, ao mesmo tempo em que o público passou a preferir publicações *online*, gratuitas e onipresentes. A crise do modelo convencional de negócios na mídia obrigou as empresas e os profissionais a depender cada vez menos de anunciantes e buscar cada vez mais o apoio financeiro direto de leitores, ouvintes e telespectadores (Castilho, 2019).

Castilho (2019) aponta, ainda, para o fato de que a internet acabou com o monopólio da imprensa na mediação entre autoridades e o cidadão, já que “Agora os presidentes, parlamentares, empresários e até juízes se comunicam diretamente com a população através de redes sociais como o *Facebook*, *Twitter* ou canais eletrônicos como *WhatsApp*”.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

Diante do exposto, é possível perceber a influência dessas inovações no jornalismo e o movimento de transformação, adequação e, por que não dizer, reinvenção das empresas e profissionais da área. Assim, buscando compreender o tema proposto, este artigo se debruçou em discutir e refletir sobre os impactos das tecnologias no jornalismo na percepção de jornalistas goianienses, de modo a dar voz a esses profissionais sobre os desafios e as possibilidades que os avanços das TICs trouxeram para a o campo jornalístico.

Para tanto, o percurso metodológico se ateuve à pesquisa bibliográfica<sup>3</sup> e à aplicação de questionário estruturado<sup>4</sup> intitulado *Impactos das tecnologias no jornalismo na visão de jornalistas goianienses*, que foi disponibilizado nos meses de abril e maio de 2023 de forma *online*<sup>5</sup>, utilizando o formulário *Google Forms*.

O questionário estruturado foi composto por questões objetivas e subjetivas, que focaram assuntos relacionados aos desafios e às expectativas dos jornalistas no exercício profissional diante dos avanços tecnológicos na área, como apresenta o formulário aplicado, que pode ser acessado para apreciação no seguinte *link*: [https://docs.google.com/forms/d/1phOnAs0\\_Zp5MGkhsiyz6qh20Jnm40Bom1m-x5dNLYz8/edit](https://docs.google.com/forms/d/1phOnAs0_Zp5MGkhsiyz6qh20Jnm40Bom1m-x5dNLYz8/edit).

O método de análise das respostas baseou-se na análise de conteúdo, numa abordagem qualitativa e na análise quantitativa por meio

---

<sup>3</sup> Segundo Jorge Duarte (2009, p. 51), “visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico”.

<sup>4</sup> Segundo Antônio Gil (2011, p. 128), o questionário é “a técnica de investigação composta por um número elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.”.

<sup>5</sup> O questionário foi aplicado com: os filiados do Sindicato dos Jornalistas de Goiás; os jornalistas dos principais jornais de Goiânia, citam-se o *Diário da Manhã*, *O Popular*, *Folha de Goyaz*; as emissoras locais de TV e rádio – Band, Serra Dourada, Grupo Jaime Câmara, Agência Brasil Central.

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

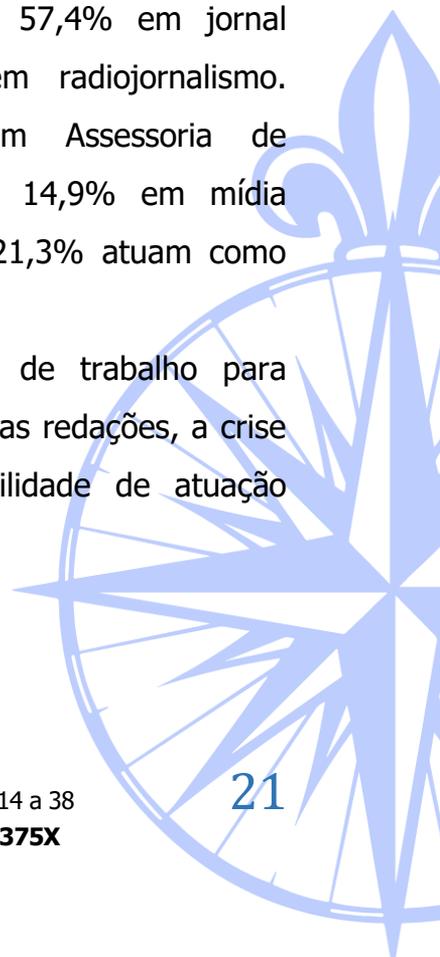
do questionário estruturado aplicado com os jornalistas goianienses. A análise de conteúdo permitiu examinar questões subjetivas para revelar padrões e percepções específicas sobre os desafios e as expectativas dos jornalistas diante do cenário altamente tecnológico em que estão inseridos na atualidade. Já a análise quantitativa possibilitou quantificar e comparar as opiniões dos participantes da pesquisa.

Ao todo foram 47 respondentes, que se dividiram conforme o início de atuação na área jornalística, a fim de que fosse possível fazer um paralelo com a evolução tecnológica. Assim, os períodos foram divididos em: antes de 1990, a partir dessa década até 2000, o período de 2001 a 2010 e a partir de 2011.

Acerca do perfil dos respondentes, 12,8% começaram a atuar na área jornalística antes de 1990, 17% entre 1990 e 2000; 22,7% no período entre 2001 e 2010 e 42,6% a partir de 2011.

As duas questões seguintes buscaram saber em que áreas tinham experiência e em quais estavam trabalhando. Grande parte dos respondentes, 89,4%, afirmaram já ter atuado em Assessoria de Comunicação/Imprensa; 72,3% em webjornalismo, 57,4% em jornal impresso, 55,3% em telejornalismo e 51,1% em radiojornalismo. Atualmente, 66% dos respondentes atuam em Assessoria de Comunicação/Imprensa; 53,2% em webjornalismo; 14,9% em mídia televisiva; 12,8% em rádio; 2,1% em impresso e 21,3% atuam como jornalista independente.

Essa última é uma tendência do mercado de trabalho para jornalistas diante do enxugamento dos profissionais das redações, a crise do jornalismo nas mídias tradicionais e a possibilidade de atuação jornalística independente dessas nos espaços da *web*.



Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

Esses dados também revelam que a maioria tem experiência em Assessoria de Imprensa e *webjornalismo*. O número de respondentes que já trabalhou em rádio e/ou TV também caiu em relação à atualidade.

Os avanços tecnológicos também possibilitaram a redução dos preços de equipamentos utilizados no exercício profissional, além de oportunizar que qualquer pessoa tenha seu próprio canal de comunicação, até mesmo *TVweb* e *rádioweb*, sem precisar de concessão do governo, seja criando *sites*, *blogs* e/ou usando plataformas digitais, como o *YouTube*, o *Spotify*.

São várias as mudanças, especialmente desde a chegada da internet, que podem ser observadas na prática jornalística. Essas vão desde a coleta e distribuição de informações, formas de contato com as fontes, relação com o público, adaptação da linguagem jornalística para diferentes plataformas, uso de dispositivos móveis e plataformas multimídias, entre outras.

É sabido que o jornalismo desde o seu surgimento sofre influência das tecnologias. Entretanto, com a internet inaugurou-se uma nova era para o jornalismo, o que muitos autores têm chamado de jornalismo digital. Canavilhas (2010) destaca o sucesso da *web* como um dos serviços da internet que se popularizou a partir dos anos 1990 e que teve grande impacto no campo jornalístico. Sobre isso ele escreve:

Criada no início da década de 90, no *CERN*, a *Web* parecia ser apenas mais um serviço da Internet, como o correio eletrônico e o *FTP*, mas a realidade mostrou algo diferente: apenas cinco anos após o seu aparecimento, o número de utilizadores da *Web* crescia a um ritmo superior a 100%. O aumento exponencial de conteúdos disponíveis, o desenvolvimento de *browsers* mais intuitivos e o aparecimento do *Blogger* (1999), do *Facebook* (2004), do *Youtube* (2005) e do *Twitter* (2006) transformaram a *Web* no grande motor da Internet que passou de 16 milhões de utilizadores, em Dezembro de 1995, para cerca de 1,8 mil milhões, em Dezembro de 2009 (Internet World Stats). As aplicações que alavancaram a sucesso da *Web* são também as mais utilizadas pelos jornalistas no seu dia a dia. Algumas delas, como as redes sociais e os *blogues*, alteraram profundamente as rotinas de produção noticiosa, estando hoje perfeitamente integradas na actividade profissional

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

jornalística, sobretudo em duas fases cruciais do processo de produção jornalístico: a recolha de informação e a distribuição de notícias (Canavilhas, 2010, p. 3).

É relevante acrescentar a essas redes sociais o *Instagram*, criado em 2010, e o *TikTok*, em 2014, que também são bastante utilizados por usuários em geral, bem como jornalistas e veículos de comunicação tradicionais e independentes. Importou-se, aqui, destacar o papel fundamental que os avanços tecnológicos tiveram na passagem do jornalismo panfletário – com matérias de cunho político-literário – ao jornalismo produzido em redações especializadas, empresas organizadas para vender notícias com rapidez e precisão, até o jornalismo observado na época atual.

Isso tanto nos meios de comunicação tradicionais, que inicialmente tentaram replicar o jornalismo produzido no ambiente online – sem sucesso –, até um modelo mais disruptivo, como analisa a pesquisadora Daniela Lacerda (2016), que investigou sobre o jornalismo independente no Brasil. Sobre tal, ela explica que:

Num primeiro momento, as organizações jornalísticas tradicionais reagiram de maneira conservadora e defensiva às mudanças trazidas pela democratização do acesso, processamento e compartilhamento de informações – que trouxe muito mais liberdade para o antes passivo consumidor de notícias e também para os anunciantes, reduzindo o poder antes concentrado na cúpula da grande imprensa. [...] as transformações inicialmente implementadas por essas corporações tinham um caráter sustentador (resumindo-se a mudanças em processos e produtos já existentes) e não disruptor (que resultam na criação de novas práticas, serviços, públicos e fontes de receita), em dessintonia com o *zeitgeist* midiático neste início de século. [...] Gradualmente, no entanto, as organizações jornalísticas vêm incorporando a cultura da convergência, caracterizada pela pluralização das formas de conceber, fazer e consumir notícias e do entrelaçamento de diversos mercados, plataformas, pessoas e tecnologias nesse processo. Dos valores à prática, passando por atores, técnicas, competências e ferramentas envolvidos na atividade jornalística, antigos cânones vão dando lugar a um caleidoscópio de experimentos e inovações disruptivas (Lacerda, 2016, p. 41).

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

A era digital tem exigido um repensar sobre a teoria e a prática jornalística, sem permitir muito tempo para isso, uma vez que as ferramentas digitais têm avançado a grandes saltos, possibilitando modelos midiáticos cada vez mais disruptivos. No final dos anos 2000, Henry Jenkins (2009, p. 43) já alertava para o seguinte fato: “a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos”. Os anos que se seguiram confirmaram suas previsões.

Figaro e Silva (2020, p. 104) analisam as mudanças na profissão jornalística inserida na comunicação de plataforma. Segundo elas, a internet dos anos 1990 com aspectos de espaço de liberdade, autonomia, colaboração e interação social foi substituída pelo crescimento do controle e da privatização da rede pelo desenvolvimento tecnológico e de conhecimento privado e secreto de empresas, como *Google, Facebook, Apple, Microsoft* e outras.

As autoras ainda chamam a atenção para o trabalho jornalístico nas redações virtuais, marcado pelas contradições do trabalho e relações precárias similares às do século passado, alertando para o fato de que “quanto menos formas de sustentação, maior a dependência da tecnologia para fazer jornalismo” (Figaro; Silva, 2020, p. 111).

Ao profissional do jornalismo nessa era digital surgem inúmeros desafios, bem como expectativas sobre o futuro, como os discutidos no desenvolvimento deste texto. Observa-se, como avalia Castilho (2019), um conflito entre a contemporaneidade e os velhos valores do jornalismo. Segundo ele, a ciência já provou que imparcialidade completa, objetividade total e verdade absoluta não existem.

Esses valores foram desenvolvidos pela indústria jornalística no século XVIII em busca de se discernir da imprensa ‘marrom’. Já os

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

“valores da imprensa dos séculos XIX e XX não perderam validade, mas a estrutura de produção sobre a qual se apoia o jornalismo digital do século XXI tornou necessária e inadiável a adoção de novos conceitos e parâmetros ideológicos”, avalia Castilho (2019). Para ele “as mudanças no jornalismo não se limitam apenas a novas tecnologias. A profissão está condenada a rever também o conjunto de valores que justificam e motivam o exercício do jornalismo” (Castilho, 2019).

Além do mais, em resposta ao questionário, 100% dos respondentes consideram que as tecnologias têm transformado muito a prática jornalística. A maioria acredita que o uso das ferramentas tecnológicas favorece a produção noticiosa e 27,7% deles consideram que isso ocorre em partes.

Na checagem da veracidade das informações, os jornalistas já contam com agências especializadas em identificar e combater *fake news*, cita-se aqui a Agência brasileira Lupa. Há também ferramentas tecnológicas, como: *Google Fact Explorer*, *InVid*, *CrowdTangle*, entre outras.

Dos jornalistas goianienses que participaram dessa pesquisa, 42,6% afirmaram sempre usar as tecnologias para identificar *fake news*; 31,9% disseram fazer uso na maioria das vezes; 19,1% revelaram usar às vezes e 6,4% disseram que nunca fizeram uso.

Quanto à experiência na utilização de tecnologias na produção noticiosa, 55,3% dos jornalistas goianienses que responderam ao questionário avaliaram ter muita facilidade no uso de ferramentas digitais. Já 44,7% demonstraram ser menos confiantes em relação a esse domínio, indicando que se consideram em nível mediano. Questionados sobre a necessidade de atualização de conhecimentos e habilidades direcionadas à área jornalística, diante desses avanços, 87,2% afirmaram ter sentido a necessidade por conta das mudanças ocorridas em algum momento da carreira jornalística e 12,8% disseram que nunca precisaram.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

A maioria deles também considera que o uso das ferramentas tecnológicas alterou o modo de produzir notícias – 87,2% – e 12,8% acreditam que isso ocorre em partes.

A coleta de informações, por exemplo, que no passado era feita em entrevistas presenciais ou por telefone – e ainda pela leitura de revistas, jornais, acompanhamento de noticiários televisivos e radiofônico –, passa a ocorrer também nos espaços virtuais. Redes sociais, como *Facebook*, *Instagram* e, sobretudo, o *Twitter*, já fazem parte do cotidiano dos jornalistas na busca de informações, como ferramenta de checagem de dados e como distribuição da notícia.

É essencial destacar que no jornalismo digital a distribuição de notícia pode ser favorecida pela prática de SEO, que visa aumentar a visibilidade das matérias publicadas nos resultados de mecanismos de busca, como o *Google*. Dos respondentes do questionário, 61,7% afirmam ter pouco domínio dessas estratégias de SEO para jornalistas; 23,4% afirmam dominar muito e 14,9% não dominam.

Em artigo publicado no Observatório da Imprensa, a jornalista e pesquisadora Mariane Nava explica que:

O SEO é um mecanismo pensado para facilitar que os conteúdos sejam encontrados pelos buscadores como o *Google*. Ele é composto de um conjunto de técnicas que visam tornar o texto 'achável', e nos últimos anos tem englobado outros aspectos como facilidade de leitura e aderência ao termo pesquisado. [...] O ponto é pensar o jornalismo dentro dessa nova realidade, em que os hábitos de consumo informativo mudaram. Ambiente em que a forma de ler não é mais tão linear, que existem inúmeras possibilidades de direcionamento, que se pode utilizar imagens, vídeos, onde é possível interagir com o leitor, mas, principalmente, um espaço em que o usuário perde facilmente o foco. E esse é um dos motivos que explicam os moldes dos textos com SEO ótimo (Nava, 2021).

Ainda acerca dos impactos das tecnologias na produção noticiosa, podem ser destacadas as novas possibilidades de contato e interação entre as fontes e os jornalistas. Por meio do acesso aos perfis de cada

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

usuário das redes sociais é possível, por exemplo, o envio de mensagens instantâneas, seja público ou privado, utilizando os espaços de comentários, *chats*, fóruns de discussão, correios eletrônicos em plataformas e dispositivos digitais.

Grande parte dos jornalistas goianienses que respondeu ao questionário não acha que o uso dessas tecnologias no processo de produção da notícia compromete a qualidade da informação – 42,6% –, já 38,3% consideram que, às vezes, isso pode ocorrer e 19,1% consideram que a qualidade da informação pode ficar comprometida.

A interação do público com a notícia também evoluiu de um modelo praticamente unidirecional para um dialógico, em que aquele deixa de ser passivo e passa a ser ativo na comunicação. Isso não apenas tendo a liberdade de escolher a rota de leitura nos *hiperlinks*, mas também expondo suas reações com comentários e curtidas, sugerindo e criticando pautas, compartilhando acontecimentos em tempo real, enviando denúncias em forma de texto, áudio e até vídeo às redações jornalísticas e/ou aos jornalistas.

No final da primeira década dos anos 2000, o autor de *Jornalismo 2.0*, Mark Briggs, evidenciava o esforço das empresas jornalísticas no sentido de possibilitar a interação com o público, que, segundo ele, não se comportava mais como um consumidor passivo.

Na época, ele chamava a atenção para as novas possibilidades que a tecnologia trazia para uma maior interação do público com os jornais. Sobre isso, ele escreveu:

Muitas empresas de notícias tradicionais incluem *links* de email em seus artigos para facilitar o contato dos leitores com o repórter e o envio de perguntas ou comentários sobre as matérias. Alguns foram ainda mais longe e permitem que os leitores comentem diretamente a matéria *online*, para que todos os demais usuários possam ver também (Briggs, 2007, p. 34).

A pesquisadora Giovana Mesquita (2012), na segunda década dos anos 2000, enfatizava o fato de a *web 2.0* possibilitar interação do público

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

com a notícia, até mesmo intervindo e influenciando na produção. Nesse contexto, a autora apontava para o surgimento do conceito de jornalismo cidadão. De acordo com ela,

[...] Quando homens e mulheres começam a deixar de ser 'receptores passivos' da televisão, do rádio e dos jornais para interferirem e participarem de uma forma mais efetiva do processo de produção de conteúdos para as mídias surgem inúmeras conceituações: jornalismo participativo (HOLANDA, 2007), webjornalismo participativo (PRIMO; TRÄSEL, 2006), jornalismo open source ou de código aberto (HOLANDA, 2007; BRAMBILLA, 2005), jornalismo cidadão (GILLMOR, 2004; TARGINO, 2009), jornalismo comunitário, jornalismo de serviço público, jornalismo público e jornalismo cívico (TRAQUINA; MESQUITA, 2003) (Mesquita, 2012, p.13-14).

A crescente participação do público, que deixa de ser apenas consumidor da notícia, tornando-se também produtor, levanta reflexões sobre um novo jornalismo e até o seu fim. O professor Ramón Salaverría Aliaga, em entrevista, afirma ser redundante esse termo e que não se pode dizer que a participação do público seria o exercício de um novo tipo de jornalismo e muito menos o fim do jornalismo. Ao contrário disso, ele faz a seguinte ponderação:

Quando passamos para o âmbito do suposto jornalismo cidadão, encontramos um conjunto de acontecimentos incidentais em que os cidadãos tropeçaram e não foram buscá-los. [...] Isto que alguns autores como Gillmor denominaram como jornalismo cidadão não é o final do jornalismo, mas, sim, o seu começo. Quer dizer, ali quando terminam os testemunhos dos cidadãos é onde começa o trabalho do jornalista. Explicar por que ocorreu, contextualizar os acontecimentos, incluir fontes adicionais, analisar as consequências dos fatos. Nenhum cidadão fez isto nas redes sociais, pois isto é um trabalho estritamente profissional e que os preparados para dar conta desses desdobramentos são os jornalistas (Salaverría; Costa, 2020, p. 199).

No que se refere à utilização das redes sociais na produção noticiosa, 76,6% afirmaram que fazem uso frequente das redes sociais na produção noticiosa; 14,9% eventualmente usam as redes sociais com essa função e o restante; 6,4%, raramente, e 2,1%, nunca. Além disso, 59,6% acreditam que as redes sociais atrapalham a produção noticiosa, 21,3%

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

não acham que atrapalha, 10,6% acham que atrapalha um pouco e 8,5% que atrapalha muito.

Sobre a influência das redes sociais no jornalismo, Sousa (2013, p. 71) explica que com a emergência das redes sociais, o poder do jornalista “se dispersa e é dividido com seus usuários”, diferentemente da época de ouro do jornalismo impresso.

O maior desafio no ofício do jornalista, no presente, para a maioria dos respondentes ao questionário desta pesquisa, é lidar com a produção noticiosa em meio a *fake news* – 55,3% –; para 25,5%, a instantaneidade da notícia, que torna o tempo de produção cada vez mais escasso; para 14,9%, o excesso de informação; e para 4,3%, os *prosumers*. Além disso, 95,7% afirmam que o fato de os veículos de comunicação terem várias plataformas gerou acúmulo de função e/ou sobrecarga ao jornalista, o restante não acha isso.

Sobre o impacto da inteligência artificial (IA) na área jornalística, 51,8% dos respondentes acreditam que seu desenvolvimento pode ser uma ameaça ao campo, já 48,9% não se intimidam com isso. Além do mais, a IA é vista por 61,7% dos respondentes, também, como oportunidade ao campo jornalístico. Sobre esse assunto o professor e pesquisador João Canavilhas avalia que:

[...] a IA é apresentada como um auxiliar, algo que nesta fase é verdade, mas o seu potencial de aprendizagem é tão grande que diariamente surgem avisos sobre o perigo que pode representar. [...] Face a este alarmismo com alguma dimensão pública, é normal o aparecimento de visões mais pessimistas que falam de jornalismo sem jornalistas. Claro que isso pode acontecer, mas é bom recordar que sempre houve bom e mau jornalismo. O jornalismo exclusivamente algorítmico seria apenas mais um caso de mau jornalismo ou, no mínimo, de jornalismo sem grande impacto na sociedade, o que vai dar ao mesmo. A essência do jornalismo está na recolha de informação desconhecida ou pouco conhecida, na sua interpretação de acordo com padrões éticos e deontológicos, e na sua transformação num conteúdo informativo original e criativo. Acresce o facto de muita desta informação ser fornecida por fontes humanas que se relacionam com os profissionais devido à confiança e empatia mútuas, algo que não acontece entre um humano e uma máquina. Por tudo isto, e porque ‘o seguro morreu de velho’, as visões mais catastrofistas devem ser bem anotadas, mas o jornalismo

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

deve concentrar-se em fazer bem o que sempre fez (Canavilhas, 2023, p. 188).

Nesse contexto digital, a grande discussão do ano de 2023 girou em torno dos impactos da inteligência artificial no campo jornalístico. Um dos respondentes do questionário alerta para o fato de os profissionais de jornalismo estarem realizando um mal jornalismo, que pode ser substituído facilmente pela inteligência artificial. Ele relata que:

A maioria dos profissionais copiam e colam matérias de determinados canais e não checam as informações. A apuração de notícia deixou de ser feita, entrevistas idem. Até aspas de alguém que não se entrevista os profissionais colocam. A ética é cada vez mais uma utopia. Todas as técnicas jornalísticas que aprendi, o SEO faz o contrário. Minha adaptação está difícil. E todos se acham jornalistas com as redes sociais. Todos podem escrever com os ChatGPT. Estamos deixando de contar histórias, fazer notícias para simplesmente replicar (Informação verbal)<sup>6</sup>.

Em sentido oposto a esse mal jornalismo, Canavilhas (2023) evidencia o poder da criatividade como diferencial entre o jornalismo produzido por humano e pelo algoritmo. Ele explica que a máquina trabalha com uma base de dados preexistentes, que impede a produção de algo inédito e original, além de limitar-se a responder a *prompts* criados por humanos. Ao levar isso em conta, a criatividade é “o escudo de defesa do jornalista em relação à IA, frente a uma eventual ameaça ao seu emprego, mas isso não significa que a ignore” (Canavilhas, 2023, p. 191).

Ainda em defesa dos jornalistas, ante a evolução da IA, entre os otimistas, um respondente acredita que, apesar do avanço da tecnologia, a inteligência artificial (IA) não substituirá os jornalistas em suas análises críticas e tomada de decisões. Ademais, o trabalho jornalístico envolve compreensão profunda do contexto social, cultural e político em que as

---

<sup>6</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

notícias são produzidas, além do aspecto ético, o que não pode ser feito por algoritmos. Sobre isso acrescenta:

Os jornalistas são responsáveis por avaliar as informações, verificar a veracidade dos fatos e tomar decisões éticas sobre o que deve ser publicado. Embora a IA possa ajudar a aumentar a eficiência da produção de notícias, ela não pode substituir a capacidade humana de avaliar e tomar decisões éticas. Em resumo, embora a IA possa ser uma ferramenta valiosa para ajudar na produção de notícias, ela não pode substituir completamente o trabalho jornalístico (Informação verbal)<sup>7</sup>.

Nesse cenário, com previsões pessimistas e otimistas, os jornalistas goianienses respondentes do questionário dividem suas opiniões em relação ao futuro do jornalismo: 34% se consideram otimistas; 31,9% são pessimistas e 34% não sabem responder. Um dos respondentes ao questionário reflete sobre o papel do jornalista nesse contexto:

[...] O jornalista precisa reconhecer que o modelo de um profissional que fica esperando o fato acontecer é um desperdício humano-financeiro. A democracia e a cidadania demandam por profissionais que expliquem e contextualizem a informação e não apenas a relate (Informação verbal)<sup>8</sup>.

Questionados sobre quais seriam, na opinião deles, os desafios atuais na produção noticiosa, levando em conta os avanços das TICs, os respondentes destacaram: a agilidade exigida para a produção da notícia; o excesso de informação; as *fake news*; o acompanhamento do desenvolvimento tecnológico e a aquisição de conhecimentos e habilidades para o exercício profissional.

Eles também mencionaram a audiência marcada pelo número de curtidas e seguidores, fruto da interatividade e o engajamento do jornalista ou produto jornalístico com o público; a lógica das plataformas digitais, que seguem estratégias de SEO; a convergência das mídias, que exige do profissional conhecimentos e habilidades sobre informática, *softwares* de áudio, vídeo, aplicativos de mensagens instantâneas, redes sociais; falta de zelo na checagem das informações; o acúmulo de funções; a desvalorização da carreira.

<sup>7</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

<sup>8</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

Das 36 respostas obtidas nessa questão, destacam-se as seguintes:

Os desafios atuais na produção da notícia muito têm a ver com o excesso de informações, *fake news* e também a necessidade que os veículos de comunicação têm de estarem presentes nas plataformas de mídias sociais digitais[...] compreender como funciona a lógica dessas plataformas e as atualizações tecnológicas pelas quais estamos passando enquanto sociedade (Informação verbal)<sup>9</sup>.

[...] é essencial que as organizações de notícias se adaptem às novas tecnologias e invistam em treinamentos para seus profissionais a fim de garantir a precisão e a qualidade das informações divulgadas. É necessário que haja um comprometimento com a ética jornalística, com a verificação rigorosa de fatos e fontes, e com a transparência em relação aos métodos de produção de notícias. Além disso, é importante que as organizações de notícias continuem a se reinventar e inovar para se manterem relevantes e sustentáveis no mercado (Informação verbal)<sup>10</sup>.

Outra questão subjetiva também, sem a obrigatoriedade de resposta, foi a seguinte: na opinião dos respondentes, quais os pontos positivos do uso das tecnologias na produção noticiosa? Ao todo foram obtidas 36 respostas. Eles destacaram a possibilidade de entrevistar e noticiar em tempo real e com interatividade; a otimização e agilidade do processo de produção noticiosa.

Esses respondentes também declararam sobre a facilidade de contactar fontes e validar informações; a transposição da barreira tempo/espço na coleta e distribuição das informações, a possibilidade de automação de alguns processos com o uso da inteligência artificial. Entre as respostas obtidas nessa questão, destaca-se:

Com o uso de recursos visuais e sonoros, as organizações de notícias podem engajar melhor seu público e transmitir informações de maneira mais eficaz. [...] Com a possibilidade de tradução automática e o acesso às notícias de diversos países, as pessoas podem ter acesso a informações e opiniões de diferentes partes do mundo, ampliando sua visão de mundo (Informação verbal)<sup>11</sup>.

<sup>9</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

<sup>10</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

<sup>11</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

## Considerações Finais

Foi possível observar com base na revisão da literatura, cujo recorte ocorreu a partir da década de 1990, e por meio do questionário respondido por jornalistas goianienses, que as tecnologias impactaram sobremaneira a área jornalística, as redações ganharam espaços outros e deixaram de estar limitadas em tempo e espaço na difusão de notícias.

A produção jornalística foi beneficiada com o auxílio de novas ferramentas para texto, fotos, edição, captação, tornando-se mais eficiente e ágil. A distribuição da notícia alcançou nova lógica baseada em algoritmos, cuja estratégia de SEO<sup>12</sup> para jornalistas não é compreendida muito bem pela maioria dos respondentes da pesquisa.

De forma unânime, todos eles consideram que as tecnologias têm transformado a prática jornalística. Nesse contexto, foram apontados como principais desafios no ofício do jornalista no presente: a sobrecarga de trabalho gerada pelo acúmulo de funções por esses profissionais, que passam a ter que publicar em várias plataformas de um veículo de comunicação e lidar com a produção noticiosa em meio a *fake news*. Diante delas, no combate à desinformação da população, a maioria dos respondentes afirmou usar ferramentas para identificar essas *fake news*.

É também nesse contexto de mídia digital que se observa a insustentabilidade pela mídia tradicional com drástica redução no número de postos de emprego para jornalistas. Na tentativa de sobrevivência, em meio à precarização das relações de trabalho, o jornalismo independente se apresenta como uma alternativa.

---

<sup>12</sup> Técnicas essenciais na atualidade para aumentar a visibilidade das notícias nos mecanismos de buscas da *web*.



Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

No entanto, o cenário continua sombrio, mesmo com a esperança de liberdade de amarras editoriais, os dados gerados pelas publicações noticiosas já passam a ser controlados por grandes empresas das tecnologias, colocando em risco, até mesmo, o futuro da profissão, com o avanço da inteligência artificial.

Percebe-se uma ingloria corrida contra o tempo na busca de atualização ou formação continuada para conseguir dar conta do ritmo acelerado em que surgem novas ferramentas, novas plataformas, além das tendências dos usuários (público, produtor de notícia ou *prosumer*) para cada uma dessas novidades, indicando o que irá vingar ou não.

Ao refletir sobre esse cenário, os respondentes da pesquisa demonstraram a necessidade de domínio da tecnologia para o exercício da profissão e revelaram a preocupação com a qualidade da informação, diante dessa reconfiguração da comunicação social que vem tornando o exercício do jornalismo cada vez mais necessário; e na contramão disso cada vez menos valorizado.

Mesmo considerando imprescindível o domínio do uso da tecnologia pelo profissional do jornalismo, quase a metade dos respondentes declarou ter um nível intermediário de facilidade com esse uso, sendo um desafio acompanhar o desenvolvimento tecnológico. Ademais, a maioria dos respondentes percebeu a necessidade de atualizar-se em algum momento da carreira em razão de mudanças tecnológicas. Eles também consideram que tais ferramentas favorecem a produção noticiosa e que o uso delas alterou o modo de produzir notícias.

Outro aspecto relevante da pesquisa diz respeito ao jornalismo e às redes sociais. Mesmo se tratando de um espaço mais voltado para a interação social e entretenimento, o jornalismo tem aproveitado esse espaço tanto para produzir quanto para publicar notícias. A maioria dos jornalistas goianienses indicou fazer uso das redes sociais para produção

da notícia, mas considera que elas atrapalham a produção noticiosa, em especial pelo fato de disseminação de *fake news* ou falta de habilidades jornalísticas e comprometimento ético com o público na publicação de informações por *prosumers* e até *influencers*.

É relevante salientar que o grande volume de informações também impactou a área de forma a abrir mais um campo de atuação. Se de um lado as notícias produzidas por jornalistas éticos e comprometidos com o diálogo social, que promove a busca para o exercício da cidadania e democracia, concorre com as *fake news* e com as informações publicadas por *prosumers*; de outro, surge uma nova área de atuação advinda desse problema: o jornalismo de dados, que permite ao profissional analisar dados complexos, apontando padrões, histórias ocultas.

Ainda refletindo sobre o excesso de informação, que podem estar gerando desinformação e sendo um dos grandes desafios para o profissional, observa-se que os jornalistas goianienses estão divididos entre os que acreditam que a inteligência artificial pode ser uma ameaça para o campo e os que veem nela uma oportunidade.

Em relação ao futuro do jornalismo, nesse cenário, uma das respondentes traz a seguinte consideração: "Eu acredito que as novas TICs conduzirão o jornalista para um papel de curadoria e de certificação dos conteúdos que circulam por plataformas digitais e analógicas" (Informação verbal)<sup>13</sup>.

Pessimistas ou otimistas em relação ao futuro do jornalismo, torna-se oportuno lembrar que, além dos desafios tecnológicos enfrentados pela categoria, vive-se também na área uma desvalorização do profissional e precarização dos direitos trabalhistas, reforçada, ainda mais, pelo golpe político investido contra a categoria, quando dela foi tirada a exigência do diploma para o exercício da profissão.

---

<sup>13</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

Ainda se for levar em conta a história, o jornalismo comprometido com a cidadania e a democracia corre sim grande risco de estar fadado ao insucesso, restando às máquinas e aos grupos políticos e econômicos – a quem interessa o monopólio da comunicação – difundirem o mal jornalismo e suas ideologias, como as melhores para o bem comum.

## Referências

BÓRIO, Pâmela Monique Cardoso. **Prosumer**. o novo protagonista da comunicação. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/4490/1/arquivototal.pdf>. Acesso em: 23 out. 2023.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0**: como sobreviver e prosperar. College Park: J-lab; Knight Citizen News Network, 2007. Disponível em: <https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/Journalism-2.0-How-to-Survive-and-Thrive-por.pdf>. Acesso em: 26 out. 2023.

CANAVILHAS, João. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: Congresso Internacional Comunicação 3.0, 3., 2010, Universidade de Salamanca. **Anais** [...]. Salamanca: Universidade de Salamanca, 2020. Disponível em: <https://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>. Acesso em: 18 out. 2023.

CANAVILHAS, João. A criatividade é o escudo de defesa do jornalista em relação à IA. Entrevista concedida a Branco Di Fátima. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 20, n. 1, p. 187-193, mar./jul. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/issue/view/3566>. Acesso em: 22 out. 2023.

CASTILHO, Carlos. O jornalismo vive o conflito entre novas tecnologias e velhos valores. **Medium**, 27 out. 2019. Disponível em: <https://ccastilho.medium.com/o-jornalismo-vive-o-conflito-entre-novas-tecnologias-e-velhos-valores-6576299aca1d>. Acesso em: 5 out. 2023.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques da. A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, abr./jul. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/download/38566/pdf/140891>. Acesso em: 14 fev. 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnica de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph, 2009.

LACERDA, Daniela Maria de. **O jornalismo digital independente no Brasil e a busca da credibilidade perdida**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/21304>. Acesso em: 5 out. 2023.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. 2. ed. São Paulo: Hacker, 2002.

MATTOS, Sérgio. **A revolução digital e os desafios da comunicação**. Cruz das Almas: EDUFRB, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufrb.edu.br/handle/123456789/766>. Acesso em: 24 out. 2023.

MESQUITA, Giovana. Reflexões sobre jornalismo, sociedade em rede e coparticipação da audiência. In: PRYSTHON, Angela; SALCEDO, Diego A.; DINIZ, Talita Rampazzo (orgs.). **Comunicação e sociedade** [recurso eletrônico]: transformações midiáticas no contemporâneo. Recife: Ed. da UFPE, 2012.

NAVA, Mariane. Tecnologia e jornalismo: como conciliar o tradicional com o novo? **Observatório da Imprensa**, 23 mar. 2021. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/objetos/tecnologia-e-jornalismo-como-conciliar-o-tradicional-com-o-novo/>. Acesso em: 24 out. 2023.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

SALAVERRÍA, Ramon; COSTA, Carlos O jornalismo é tautológico! Pois é um fazer que contém em si todos os significados. Entrevista – Diálogos Midiológicos 4. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação** (Intercom), São Paulo, v. 43, n. 1, p.193-200. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/WjHxB3pBwCPJyh9FXPnW4WN/?lang=pt>. Acesso em: 7 out. 2023.

SOUSA, Máira de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/122790/323516.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 29 out. 2023.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. Rio de Janeiro: Summus Editorial, 1993.

