

## A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DIANTE DOS DESAFIOS E TRANSFORMAÇÕES DA ERA DIGITAL

Ismael Santos Araújo<sup>1</sup>  
Anilva Cavalcante da Costa<sup>2</sup>  
Ana Paula Sousa Pereira Rodrigues<sup>3</sup>  
Ednan Miranda Santos<sup>4</sup>  
Maria Ivonessa Ribeiro Lima<sup>5</sup>  
Ionk Rodrigues da Silva<sup>6</sup>

**RESUMO:** A dinâmica da sociedade está atualmente marcada pelo contexto das tecnologias digitais. Nesse cenário, tem-se observado transformações tecnológicas e sociais, em decorrência do uso da internet e dos dispositivos digitais, possibilitando diferentes formas de comunicação por meio dessa tecnologia. Nesse contexto, o jornalismo buscou sua adaptação como forma de inovar os atendimentos das demandas e necessidades dos consumidores. O estudo tem como objetivo refletir sobre a importância da redação jornalística, no contexto da era digital, visto a necessidade de se adequar a uma nova era que o jornalismo se apresenta, por meio da tecnologia. Quanto à metodologia da pesquisa, se caracteriza como bibliográfica que compreende o processo de leitura, análise e interpretação de um material já publicado, que pode ser livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos, que servem de apoio para a construção e reflexões de outros estudos. A partir dos resultados teóricos encontrados, observa-se que a prática do jornalismo na era digital vem sendo discutida e crescendo cada vez mais em relação a tecnologia digital, na qual adentra-se a necessidade da redação jornalística nesse contexto, visto a necessidade da disponibilização de uma comunicação de acesso e interatividade por parte dos usuários da rede.

6101

**Palavras-Chave:** Jornalismo. Redação. Era Digital.

### 1 INTRODUÇÃO

A comunicação vem passando por uma grande mudança nos últimos anos, que envolve desde as questões mercadológicas, no que se refere ao consumo de produtos midiáticos, quanto sociais, que envolve a globalização dos meios de comunicação em sites de redes sociais.

Essa dinâmica causada pela tecnologia da informação e comunicação trouxe impactos em diversos setores da sociedade e, no jornalismo, não seria o contrário. Nesse contexto, os

<sup>1</sup> Professor Universitário da UNIFAVENI.

<sup>2</sup> Licenciatura em Biologia – UNIFAVENI.

<sup>3</sup> Bacharelada em Biomedicina – UNIFAVENI.

<sup>4</sup> Licenciado em Pedagogia – UNIFAVENI.

<sup>5</sup> Licenciada em Letras, Literaturas – UEMA.

<sup>6</sup> Licenciatura em Química e pós-graduando - UNIFAVENI.

jornais tiveram a necessidade de se adequar a essa nova era tecnológica, por meio da adaptação de forma gradual até alcançar os meios necessários para sua atualização na nova era digital.

O século XX é marcado pela evolução dos processos de informação e comunicação da sociedade, impactando diretamente na forma como o jornalista trabalha, visto que os cenários de mudanças modificaram princípios básicos para execução da atividade jornalística, como por exemplo, a produção da notícia com base nos valores tradicionais, levando para uma produção baseada na adequação de um modelo organizativo para um ambiente digital.

A era tecnológica trouxe ao jornalismo profundas transformações dentro do seu contexto comunicativo, na qual o cidadão participa diretamente na produção da notícia, o que traz uma modificação ao contexto do jornalista e suas fontes.

No Brasil, é possível observar uma adaptação evolutiva dos jornais tradicionais para a era digital, como a transposição para a internet, em versões on-line do modelo impresso, depois sendo transformado em portal de notícias e que produzem também conteúdos exclusivos de uso pela internet, desde à presença nas redes sociais, como no uso de aplicativos direcionados, nos quais facilitam a leitura de notícias.

Essa nova experiência que a tecnologia trouxe, ao contexto do jornalismo, alterou o modo como o profissional jornalista trabalha, já que o mesmo necessita de conhecimento em fotografia, vídeo, redes sociais, e escrita, evitando erros neste último para que a falha não seja percebida e ocasione perda de credibilidade ao público.

Nesse sentido, o estudo tem como objetivo refletir sobre a importância da redação jornalística, no contexto da era digital, visto a necessidade de se adequar a uma nova era que o jornalismo se apresenta por meio da tecnologia.

Quanto a metodologia de pesquisa, esta se caracteriza como bibliográfica, que para Gil (2008), compreende o processo de leitura, análise e interpretação de um material já publicado, que pode ser livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos, que servem de apoio para a construção e reflexões de outros estudos.

Quanto à relevância da pesquisa, esta demonstra ser de grande importância para compreensão das questões relacionadas à redação jornalística, no contexto da era digital, buscando refletir sobre a importância de uma boa redação jornalística que é vinculada aos meios de comunicação digital.

Portanto, a redação jornalística, no contexto da era tecnológica, é de grande relevância, garantindo assim que o conteúdo produzido para as plataformas digitais proporcione ao leitor uma experiência diferenciada e necessária para sua compreensão.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 A comunicação na era digital

A comunicação tem o poder nas mais diversas vertentes tipologias, igualmente aos meios massivos tradicionais e mídias sociais, os quais desempenham na era digital uma realidade inegável. Assim, a comunicação precisa ser vista como um processo social fundamental, um fenômeno, e não apenas a transferência de informações. Ela e o poder da mídia em contextos socioeconômicos e políticos foram objetos de consideração de diversos estudiosos.

Rafael Alberto Pérez (2008, p. 445) compara o poder da comunicação com o poder da comunicação estratégica, resumindo que “a comunicação tem um poder muito superior ao que costumamos conceder a ela”. Para o autor, “esse poder pode ser ‘domado’ se atuamos/comunicamos estrategicamente”. A comunicação para que seja de fato estratégica, envolve muitas implicações e certos requisitos que se fazem essenciais.

O processo de comunicação está em constantes mudanças ao longo dos séculos, podendo destacar que a história do homem é a história do seu processo de comunicação. Desse modo, os vários estágios da interação comunicativa humana oferecem diferentes abordagens culturais, as quais podem ser pensadas como sociedade apócrifa, escrita, impressa e digital.

Segundo Dominique Wolton (2004, p. 27), no livro “Pensar a comunicação”, preconiza esse poder: “A comunicação é um dos mais brilhantes símbolos do século XX; seu ideal de aproximar os homens, os valores e as culturas compensa os horrores e as barbaridades de nossa época”. E no “É preciso salvar a comunicação” (Wolton, 2006, p. 9), o autor confirma que a comunicação no século XXI, é uma das maiores questões:

Em menos de cem anos foram inventados e democratizados o telefone, o rádio, a imprensa de grande público, o cinema, a televisão, o computador, as redes, transformando definitivamente as condições de troca e de relação, reduzindo as distâncias e realizando a tão desejada aldeia global.

Antes da escrita, o tempo é retido pela memória, organizado e garantido pelo grupo. Nas sociedades sem escrita, viveram os denominados “homens-memória”, guardiães da história objetiva e ideológica, cujo papel é manter a coesão dos grupos. Eram velhos patriarcas, bardos ou sacerdotes (LEROI-GOURHAN, 1964). Nessas sociedades, a memória coletiva é mantida em três pilares: a idade coletiva do grupo, o prestígio da família dominante e o conhecimento técnico, relacionado à magia religiosa.

A expansão da escrita tem sido lenta. Muito tempo sucedeu desde que Platão alertou sobre suas consequências, até a Idade Moderna permitir sua reprodução técnica pela imprensa. A escrita e outros registros do pensamento desencadeiam profundas mudanças na memória coletiva. Iniciando a primeira mudança, quando esse registro

tomou a forma de inscrição. Um bom exemplo é a celebração de eventos através de monumentos comemorativos. Vitórias e lutas podem ser lembradas por meio de representações figuradas e inscrições. Sem dúvida, outra grande mudança é o documento escrito, que também tinha caráter de monumento. Os documentos escritos têm muitas funções, uma das quais é: “é o armazenamento de informações que permite comunicar-se através do tempo e espaço.” (LE GOFF, 1990, p.433).

Os homens agora têm novas maneiras de economizar tempo, com base no novo suporte de memória, pois:

[...] até o aparecimento da imprensa dificilmente se distinguiu entre a transmissão oral e a transmissão escrita. A massa do conhecido está mergulhada nas práticas orais e nas técnicas; a área culminante do saber, como um quadro imutável, desde a antiguidade, é fixada no manuscrito para ser aprendida de cor. Com o impresso... não só o leitor é colocado em presença de uma memória coletiva enorme, cuja matéria não é capaz de fixar integralmente, mas é frequentemente colocado em situação de explorar textos novos. Assistiu-se, então à exteriorização progressiva da memória individual, é do exterior que se faz o trabalho de orientação que está escrito no escrito. (LE GOFF, 1990, p.457).

Nota-se que a oralidade criou os rituais e mitos de transferência de informações e fixação da memória; a escrita removeu a memória do corpo e a transferiu para um suporte material; o alfabeto generalizou a digitação das palavras e a imprensa reproduziu tecnicamente as letras e imagens.

Desde o surgimento da imprensa, a leitura tem sido considerada uma das mais importantes ferramentas de aquisição de informações, que se forem sentidas pelo homem e adequadas em seus diferentes contextos, constituem conhecimento. Em qualquer suporte material onde se encontre informações escritas, a leitura continua a ser o ato de assegurar a informação escrita.

Desde 1970, a convergência de saberes – microeletrônica, computação e telecomunicações – impulsionou o surgimento de tecnologias de informação e comunicação que possibilitam a aplicação do conhecimento para gerar novos conhecimentos e criar dispositivos de processamento de comunicação/informação, em ciclos cumulativos entre a inovação e o seu uso (CASTELLS, 1999). Claramente, esta inovação tecnológica não é um evento isolado. Diversos acontecimentos históricos no campo da ciência e tecnologia contribuíram para isso: 1947, o transistor tornou possível o processamento de impulsos elétricos; 1951, a invenção do transistor de junção; 1954, o uso do silício para fazer materiais; 1957, o advento do circuito integrado; 1990, circuitos baseados em silício e transformação centralizada de processamento e armazenamento de dados em sistemas compartilhados: redes, que levarão a mudanças não apenas na tecnologia, mas também nas interações sociais e organizacionais; e 1995, aconteceu a privatização da internet e o surgimento de novas formas de comunicação e de trocas de experiências.

Surgiu um novo tipo de sociedade: a sociedade em rede, também chamada de Sociedade Digital. Surgiu um novo momento da cultura, que Lèvy (1999) chama de Cibercultura. Atualmente, o

ciberespaço propicia a formação de uma noosfera, uma locus virtual onde o pensamento, a percepção e a memória se fundem (LÈVY, 2001). Então, essas alterações sociais causam revoluções em qualquer dimensão da existência.

De acordo com o autor, pensar a comunicação nos leva inevitavelmente a analisar o poder que a informação tem na sociedade-rede ou no digital com todas as implicações decorrentes. Castells (2009), no livro *Comunicação e poder*, evidencia as consequências entre o poder e a comunicação na sociedade contemporânea:

Poder é algo mais que comunicação e comunicação é algo mais que poder. Mas o poder depende do controle da comunicação. Igualmente o contrapoder depende de romper o dito controle. E a comunicação de massas, a comunicação que pode chegar a toda a sociedade, se conforma e é gerida mediante relações de poder enraizadas no negócio dos meios de comunicação e da política do Estado. O poder da comunicação está no centro da estrutura e da dinâmica da sociedade (CASTELLS, 2009, p. 23).

Segundo Castells (2009, p. 24 -25) ele questiona “por que, como e quem constrói e exerce as relações de poder mediante a gestão dos processos de comunicação e de que forma os atores sociais que buscam a transformação social podem modificar essas relações influenciando na mente coletiva”. Para ele, o “processo de comunicação opera de acordo com a estrutura, a cultura, a organização e a tecnologia de comunicação de uma determinada sociedade”. E, atualmente, “a estrutura social concreta é a da sociedade-rede, a estrutura social que caracteriza a sociedade no início do século XXI, uma estrutura social construída ao redor das redes digitais de comunicação”. Portanto, essa nova estrutura da sociedade-rede transforma as relações de poder no contexto organizativo e tecnológico, decorrente do “auge das redes digitais de comunicação globais e se eleva no sistema de processamento de símbolos fundamental da nossa época”.

6105

Portanto, a comunicação e humanização, no contexto organizacional, constituem um desafio grande para os executivos e gestores. Foi gradativa a evolução das organizações nos modelos mecânicos de transmissão unilateral da informação para que os processos comunicativos fossem implantados de modo mais interativos e simétricos. Porém, acredita-se que na comunicação ainda falta uma abertura maior de canais dialógicos, de fato e, que se torne possível uma maior valorização das pessoas.

## 2.2 O jornalismo na era digital

Por volta da primeira década do século XXI, os grandes jornais tiveram que delinear as opções de sobrevivência na mídia impressa com o propósito de encarar as consequências das mudanças que são impostas pelo mercado. No ano de 2010, o *Jornal do Brasil* foi o primeiro a lançar o

jornal on-line no país e foi o primeiro a deixar de distribuir impressos e passou a fornecer apenas eletronicamente. Em seguida, no primeiro dia de lançamento on-line, o Jornal do Brasil (JB) teve um aumento de 92% nos acessos (MATTOS, 2013). No início, o JB oferecia acesso gratuito aos seus assinantes, depois o noticiário começou a ser cobrado através de assinatura.

A primeira decisão do JB de reformular a plataforma foi considerada radical por muitos na época e, atualmente, apresenta indicadores de tendências para o surgimento no mercado impresso brasileiro. O jornal do Brasil explicou que este é um novo modelo de negócios, voltado para uma nova era de tecnologia e conhecimento. Depois de oito anos sem lançamento, desde 2010, o JB relançou a edição impressa no Rio de Janeiro em formato standard e, segundo o próprio jornal, sem foco em publicidade e assinaturas, o que surpreende. No entanto, em 2019 o jornal comunicou que estavam apenas on-line.

E como resultado, todas as demais plataformas de mídia convencionais passaram a viver em um contexto de redefinição para se adequar à nova realidade, os cidadãos contemporâneos passaram a consumir notícias de forma diferente, agora já que se tem uma nova mídia on-line.

Se antes tudo era uma via de mão única, isto é, poucas emissoras (jornais, capazes de pagar as estruturas de impressão e distribuição, ou rádio e televisão com redes de transmissão e com a exploração das concessões de radiofrequência), atualmente, no século XXI, essa estrutura foi inteiramente modificada. Hoje em dia, são inúmeros os leitores, telespectadores, ouvintes e internautas em busca de algum conteúdo, pois as notícias estão em uma nova plataforma – a internet, capaz de disseminar todo tipo de informações de qualquer forma com maior velocidade e menor custo operacional. Por causa dessas “facilidades” de distribuição de todo tipo de conteúdo, surgiu uma crise no campo da comunicação – especialmente no impresso. Mas também há novas possibilidades de investimentos por parte das empresas de comunicação.

Parece natural falar de interatividade na internet, mas não é apenas com o desenvolvimento da tecnologia que estamos presenciando uma apropriação social massiva em que são realizadas intervenções para que o público – por vontade própria – possa participar, intervir, e produzir conteúdo. O movimento em rede mudou não só o cenário jornalístico, mas também o contexto social, institucional e cultural. Portanto, a análise da transformação da mídia deve ser entendida à luz da mudança tecnológica e social que o mundo está presenciando.

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (Lévy, 1999: 17).

Um sistema de mídia não é apenas uma convergência tecnológica, é caracterizado por sua organização em rede, seja ela econômica, tecnológica, cultural ou social. Os sistemas midiáticos devem evoluir em torno de duas redes principais: a internet e a televisão. Essas duas mídias não são apenas valorizadas socialmente e tecnologicamente ocupadas, mas também possuem maior grau de interatividade do que outras mídias, embora a migração do jornal para o digital venha com uma dimensão interativa que noutro tempo era inexistente.

Além da plataforma Google, existem outras plataformas digitais, com modelo similar, também utilizadas no jornalismo, são as redes sociais. Elas possibilitam uma distribuição de conteúdo que, através da interação entre usuários, constrói perfis de audiência personalizados específicos e os entrega aos anunciantes. Neste momento, a imprensa possui duas preocupações inquietantes, decorrentes da era digital: as marcas de jornalísticas não possuem um controle total ao conteúdo que será feito e exibido aos seus usuários; e também ao efeito que as mesmas terão.

(...) um anacronismo. Porque cortar tantas árvores, abastecer um caminhão para distribuir os papéis, e então ter que contentar-se com notícias velhas, quando pode-se transportar-se a si mesmo para qualquer fonte de notícia ou opinião no globo com o clique de um mouse e simplesmente digitando algumas palavras facilmente acessível na barra de procura do Yahoo ou do Google? (...) é uma revolução de escolha e praticidade (DOCTOR, 2010, p.79).

6107

Mesmo na contemporaneidade, a atuação profissional dos jornalistas enfrenta mudanças extremas em relação aos modelos anteriores, que antes eram considerados um critério de sucesso, mas não se adequam às necessidades das novas formas atuais de consumo de notícias. Um dos principais motivos para a necessidade de mudar o comportamento dos jornalistas é a expansão da tecnologia e da internet e equipamentos de altíssima qualidade no setor audiovisual, todos com custos de produção reduzidos e melhoria da qualidade (FONSECA; KUHN, 2009).

Neste novo meio, a internet, as empresas de comunicação têm cada vez mais funcionalidade multimídia, pelo que também exigem um profissional que se adapte à nova realidade e trabalhe ainda mais de forma multimídia. Devido às novas exigências profissionais, o tempo e o espaço de trabalho foram radicalmente alterados e passa a ser comum que os profissionais da área de comunicação desempenhem mais horas de trabalho do que o planejado no contrato e sem qualquer remuneração extra.

É precisamente devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais (Castells, 1999: 461).



A tecnologia digital tem grande impacto e atinge diretamente o campo do jornalismo e o papel dos jornalistas, gerando uma necessidade de mudança nas áreas em que esses profissionais atuam, cujo papel é passar informação a uma sociedade cada vez mais dependente de determinados processos de mediação na plataforma digital. O desafio dos jornalistas profissionais é atuar com ética e responsabilidade em uma geração cada vez mais livre e engajada.

A prática discursiva jornalística está determinada tanto pela ilusão referencial da linguagem, quanto por seu próprio processo histórico de constituição, o que supõe/impõe que os jornais podem e devem ser objetivos e imparciais. Ou seja, o que é específico do discurso jornalístico, tal como o estamos concebendo, é ser cego aos efeitos inscritos no seu processo de produção/reprodução/transformação de realidades (MARIANI, 1996, p. 237).

Assim, embora esta pareça uma discussão recente, questões como a credibilidade e a mudança do papel dos jornalistas, impulsionadas pelo desenvolvimento atual nos principais portais de comunicação, têm sido objeto de ampla discussão há algum tempo para abordar a transformação vivenciadas e passadas pelo jornalismo e o surgimento da digitalização e do ciberespaço. Ainda em 1998, Roger Fidler afirmou que “na era da comunicação digital, as características mais valorizadas dos meios do futuro serão a sua credibilidade e os seus laços com as comunidades que servem” (FIDLER, 1998, p.8) Enquanto ao trabalho dos jornalistas, como assegurador

6108

### 2.3 A redação jornalista na era digital

Nascido na Europa Ocidental, os livros dizem que o jornal foi criado alguns anos antes a.C. e foi uma das primeiras formas de comunicação existentes. No entanto, foi apenas no início do século XVII que os jornais se tornaram mais populares devido à popularidade da mídia impressa, à especialização do jornalismo e à invenção do telégrafo no final do século XIX.

Os jornais impressos oficialmente popularizados eram considerados como uma mercadoria cara, e os jornalistas eram simplesmente cidadãos que escreviam sobre política ou produziam as notícias. Conhecida como a “imprensa de partido” – financiados por partidos políticos ou candidatos a cargos públicos – utilizavam os jornais para apoiar políticos e realizar ataques pessoais. Mas há também o outro lado da imprensa, que usa a ética para produzir jornalismo imparcial e apartidário.



Com a chegada das inovações tecnológicas e novos processos de produção dos jornais, no começo do século XIX, deixaram o jornalismo de lado, em última análise, a livre prática de pensar e fazer política em ação precisa vender muito dinheiro para autofinanciar todo o romantismo da primeira fase será substituído por uma máquina que produz notícias e lucra com os jornais popular e sensacionalistas, MARCONDES FILHO, 2002).

Segundo o autor, as atividades jornalísticas que começam com uma discussão de político-literário, emocional, relativamente anárquica, passa a se apresentar como uma grande empresa capitalista. A notícia passou a ser tratada como mercadoria, recebendo gradativamente mais investimento para melhorar a aparência e a comercialização: criando, então, manchetes, destaques, reportagens e iniciou-se o investimento mais na capa, no logotipo, nas chamadas da página inicial. Isso resultou em perda de autonomia do redator, o tratamento, e na apresentação das notícias se sobrepôs à “linha editorial” do jornal. Jürgen Habermas, aponta que a partir de 1870, devido ao aumento da publicidade e à transição do jornalismo para um negócio lucrativo, a escolha das manchetes e a distribuição dos jornais saíram das mãos dos redatores para tornar-se uma função dos editores (HABERMAS, 1965).

No entanto, é a partir da chamada revolução da tecnologia da informação que ocorre desde a década de 1960 que estamos presenciando mudanças com mais força, não só no jornalismo, mas também na educação, na comunicação, no conhecimento, no entretenimento. Vale ressaltar que os principais fatores por trás dessas mudanças são a velocidade das pesquisas e o volume do fluxo cada vez maior de informações. Essas mudanças afetam diretamente na prática jornalística, pois está diretamente relacionada à evolução tecnológica. Segundo Nilson Lage (2001, p.155), “a informática penetrou na gestão de empresas e governos de tal forma que altera relações sociais importantes para a mídia”. Desse modo, a informatização mudou não apenas a forma de funcionamento do jornalismo, mas também o leque de informações a serem veiculadas. Para Marcondes Filho:

Por um lado, assiste-se ao acelerado desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação, por outro, como corolário desse processo, o conceito de comunicação invade com furor extraordinário todos os domínios da vida social, da economia aos esportes, da biologia celular à astrofísica. O primeiro processo é técnico, relativo ao hardware, o segundo é sua tradução no campo do conhecimento e da cultura. São os conteúdos – de dois tipos – promovidos por essa revolução. Um conteúdo “oficial”, que são os programas, os noticiários, o entretenimento veiculado nas redes de computadores, e um “conteúdo implícito”, que é o componente ideológico das novas tecnologias, aquilo que não se fala, mas que “se passa” através do uso das técnicas (MARCONDES FILHO, 2002, p. 33).

Com o começo da informatização, o ambiente da redação começou a sofrer grandes mudanças, incluindo a introdução de sistemas de salas de redação onde os jornalistas

começaram a escrever artigos, editá-los, inserir títulos e a calcular a sua extensão e entregá-lo na seção tipográfica diretamente do seu terminal. Isso levou a uma das maiores mudanças na prática do jornalismo. De acordo com Vianna (1992), nos jornais Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo examina as mudanças ocorridas na informatização da imprensa no Brasil na década de 1980:

A criação de sistemas de sala de redação eliminou a separação entre o trabalho de edição e o de produção, isto é, a redação, a coleta e a armazenagem de dados. Toda a sala de redação, com a inovação técnica dos terminais, dirige o processo de produção através dos vários computadores interligados a outros internos ou externos à empresa. (VIANNA, 1992, p. 17).

A mudança não para por aí, principalmente devido à velocidade com que a atualização das novas tecnologias se multiplica e se aperfeiçoa. Por exemplo, por meio do uso de computadores em rede, é possível realizar entrevistas via e-mail, realizar pesquisas em sites oficiais, contato direto com fontes por meio das redes sociais e uma oferta quase inesgotável de materiais para pesquisas sobre os mais diversos temas. A rapidez da tecnologia levou a mudanças na formação dos profissionais de jornalismo, pois as novas técnicas continuam a adaptar os jornalistas ativos e os jovens que ingressam no mercado de trabalho. Adaptação tornou-se palavra-chave e regra obrigatória nas redações. O aprendizado contínuo é necessário, pois algumas das tecnologias mais modernas e populares que foram superadas por outras tecnologias se tornam obsoletas com frequência cada vez maior.

6110

Os jornalistas da redação começam com uma pauta pronta, investigam, escrevem e divulgam. Atualmente, esse profissional pode e deve “cavar” essa pauta nas redes sociais e pesquisar tendências. Os textos são cada vez mais abundantes devido à grande quantidade de informações e fontes que toda a internet permite encontrar.

A distribuição desses conteúdos também se tornou uma das preocupações dos jornalistas. É preciso “sair do quadrado”, não apenas do produzir. É preciso considerar como esse conteúdo aparecerá na rede social e, o mais importante, analisar suas métricas de sucesso: os números de acesso, o tempo de consumo, etc. Ajudando a desbloquear algumas visões de como a profissão de comunicação pode trabalhar e se transformar na era digital.

A internet é um lugar aberto para opiniões e tendências, permitindo que o público busque apenas o que deseja saber. Acontece que, as mesmas notícias superficiais são encontradas com erros de interpretação e de ortografias, dificultando o acesso à informação. Exceto por opiniões tendenciosas bem construídas que não contribuem para a construção da discussão. Jornais

escritos tendem a ser mais confiáveis porque estão no período de tempo em que as notícias são coletadas, por isso que são impressas posteriormente, junto com texto, imagens e som.

No entanto, a tecnologia da Web ajuda de uma forma mais dinâmica e com velocidade ao transmitir as informações, pela possibilidade de textos, imagens, e sons ao mesmo tempo. Além de que o veículo impresso tem a credibilidade ao informar as notícias, tendo ali, a certeza e a coerência dos fatos que ocorreram.

Portanto, não pode ser afirmado com clareza que uma tecnologia exclui a outra. Cada um tem suas funções diferenciadas e sempre estão em busca de se adaptar, podendo existir uma coexistência fundamental hoje para o mundo.

## CONCLUSÃO

Refletir sobre as mudanças que o jornalismo perpassou ao longo de todo o surgimento e avanços da tecnologia se faz necessário para compreensão do contexto do jornalismo na era digital, visto que o jornalismo é adaptado, modificado e associado também a aplicação e ao uso de novas tecnologias diante da sociedade.

O processo de globalização e, conseqüentemente, da tecnologia por meio da internet, oportunizou que as tecnologias comunicacionais evoluíssem em larga escala, o que permitiu e possibilitou conseqüências nas áreas de comunicação antes inimagináveis, como por exemplo, o jornalismo digital.

6111

O jornalismo nesse contexto, possui diversos ciclos de adaptações e inovações que vão desde sua primeira forma como o jornal impresso, passando pelas iniciativas que fizeram evoluir exclusivamente na rede por meio do digital.

Essa dinâmica se produz em decorrência das transformações tecnológicas, sociais e culturais da convergência que possibilitaram o uso das diferentes mídias de comunicação com o objetivo de produção, distribuição e circulação de conteúdos informativos, comerciais ou de entretenimento, buscando um relacionamento mais próximo com os consumidores.

Assim, a redação jornalística, no contexto da era globalizada, está relacionada aos diferentes agentes sociais, processos e plataformas de trabalho, que busca por meio da dinâmica linguística uma potencialização com um trabalho colaborativo e das interações que os jornalistas estão inseridos no contexto das redes digitais.

Portanto, a prática do jornalismo na era tecnológica vem sendo discutida e crescendo cada vez mais num contexto mais amplo em relação a tecnologia digital, na qual adentra-se a

necessidade da redação jornalística, visto a necessidade de disponibilização de uma comunicação de acesso e interatividade por parte dos usuários da rede.

## REFERÊNCIAS

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultural - A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

DOCTOR, K. **Newsonomics: doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial**; trad. Claudia Gerpe Duarte. - São Paulo: Cultrix, 2011.

FIDLER, R. **Mediamorfosis: comprender los nuevos medios**. Buenos Aires: Ediciones Granica, 1998.

FONSECA, V. P. S. KUHN, W. L. **Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional**. Rio Grande do Sul. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação | Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LEROI-GOURHAN, A. **Le geste et la parole**. Lisboa: Edições 70, 1981.

Lévy, P (2002), *Cyberdémocratie*. Paris: Odile Jacob

LE GOFF, J. **História e memória**. Campinas: Unicamp, 1990.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

\_\_\_\_\_. **As Inteligências coletivas**. São Paulo: SESC, 2001.

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

MARIANI, B. S. C. **O comunismo imaginário: práticas discursivas da imprensa sobre o PCB (1922-1989)**. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1996.

MILLISON, D. **The journalist of tomorrow**, 1999. Disponível em: <http://speakout.com/cgi-bin/udt/speakout&story.id=4171>. Acesso em: 28 de julho de 2022.

MATTOS, S. **A Revolução Digital e os Desafios da Comunicação**. Cruz das Almas, Bahia: UFRB, 2013.

- PÉREZ, R. A. **Estratégias de comunicação** (4. ed.). Barcelona: Editorial Ariel, 2008.
- VIANNA, R. P. A. **Informatização da imprensa brasileira**. Ed. Loyola. São Paulo. 1992
- WOLTON, D. **Pensar a comunicação** (Trad. Z. L. Adghirni). Brasília, DF, 2004.
- \_\_\_\_\_. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo, SP: Paulus, 2006.