

---

## Transformações Tecnológicas no Noticiário: Análise das Implicações e Desafios do Jornalismo na Contemporaneidade<sup>1</sup>

Filipe Araujo NOGUEIRA<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense

### RESUMO

Este estudo examina a o atravessamento dos avanços tecnológicos dentro do jornalismo. A ascensão de meios de comunicação trouxe disseminação de informações de interesse coletivo, desafiando a dicotomia entre o que é de interesse público e os anseios do público. A moldagem contemporânea do jornalismo é marcada pelas pressões mercadológicas, que demandam celeridade na produção e automação de processos. A revisão bibliográfica das teorias jornalísticas, com foco na prática, é o passo inicial metodológico. A etapa seguinte aborda mutações paradigmáticas do século XXI, como incursões algorítmicas e emergência das inteligências artificiais. A pesquisa incorpora entrevistas com profissionais e exploração investigativa via conteúdo digital sobre tais tecnologias, lançando luz sobre a interação entre tecnologia e jornalismo na paisagem midiática contemporânea.

**PALAVRAS-CHAVE:** algoritmos; curadoria; *gatekeeping*; jornalismo; tecnologia.

### INTRODUÇÃO

Nos últimos dois séculos, a imprensa no Brasil passou por transformações técnicas, políticas e sociais, rompendo fronteiras entre os meios de comunicação antigos e novos. No século XXI, o avanço tecnológico trouxe metamorfoses rápidas e drásticas, impactando a produção, transmissão e interpretação das notícias. Vivemos em uma sociedade hiperconectada, com forte informatização e virtualização, onde a curadoria de notícias é influenciada por algoritmos.

A ascensão da inteligência artificial e a convergência de mídias levantam questões acerca da substituição dos editores humanos. Essas mudanças reconfiguram não só o fazer jornalístico, mas a vida cotidiana e as interações sociais, abrindo um novo ciclo de oportunidades e desafios no espaço de fluxos promovido pelo capital. A aceleração das mudanças nos últimos anos, permite entender que “a década de 1990 foi um período em que se romperam as fronteiras entre os meios antigos e novos; no interior de cada meio,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP33 – Teorias do Jornalismo, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC/UFF), email: [nogueirafilipe@id.uff.br](mailto:nogueirafilipe@id.uff.br).

---

entre a mídia experimental e a já estabelecida, os limites se embaçaram [...]” (BRIGGS, BURKE, 2006, p. 313).

O surgimento de uma nova configuração dos ecossistemas de mídia traz consequências que se manifestam de maneiras diferentes de acordo com o contexto, tempo e localização onde são observadas. Manuel Castells, ao prefaciando os escritos de Cardoso (2007), pontua que os usos e consequências das tecnologias digitais são díspares em um determinado país ou continente quando colocados em paralelo com outros territórios. Daí a importância de uma análise constante das mutações enfrentadas pelo jornalismo e a comunicação diante da volatilidade trazida com as novas tecnologias.

Ao remontarmos a trajetória dos processos de curadoria de notícias vemos que para os primeiros teóricos a tarefa de escolher determinadas pautas em detrimento de outras se alicerçava na experiência do profissional e seguia princípios como a busca pela diversidade, clareza, narrativas concisas e uma busca pela moral (DUARTE, 2011, p. 19). Tais fatores denotam o que se entende como “faro jornalístico”. Não obstante, tanto os valores das empresas quanto os dos profissionais envolvidos atravessam e afetam o processo noticioso.

O conceito de gatekeeping alargou-se e também passou-se a entender que este processo tem início “na fonte de onde a história emana” e tem seu fim na própria audiência que pode escolher o que ou não consumir de informações (CORREIA, pp 82-83). Dialogando, Traquina (2005) aproxima o debate dos tempos atuais ao elaborar que

A identificação do jornalismo com a atualidade seria irreprensivelmente atingida e a obsessão dos jornalistas com a obrigação de fornecer as últimas notícias, de preferência em primeira mão e com exclusividade, tornar-se-á um marco fundamental da identidade jornalística. (TRAQUINA, 2005, p. 38).

A partir destas colocações, vislumbra-se a importância de lançar luz sobre as constantes mudanças tecnológicas – e consequentemente sociais – que influem diretamente na vida cotidiana dentro e fora das redações jornalísticas.

Portanto, além dos códigos deontológicos do jornalismo que influem diretamente nas rotinas desta atividade profissional, Castells (2003, p. 77) pontua ainda que o trabalho na economia eletrônica – incluindo negócios jornalísticos – demanda profissionais que tenham como característica a capacidade de atuar de maneira autoprogramável, ou seja, “[...] capazes de reprogramar em habilidades, conhecimento e pensamento segundo tarefas mutáveis num ambiente empresarial em evolução”.

---

## CONTEXTUALIZANDO: SÉCULOS XIX E XX

É no século XIX que se dá o surgimento do jornalismo como o conhecemos hoje. Dos fatores que podem ser citados e que corroboraram para o surgimento e profissionalização da atividade estão o aumento da urbanização, bem como o crescimento do número de indivíduos alfabetizados. Ressalta-se aqui que o desenvolvimento da imprensa está intimamente ligado aos projetos de poder vigentes em cada época. Assim, a ascensão de governos democráticos neste período pontua a consolidação do jornalismo tal como o conhecemos atualmente

[...] o ritmo e a intensidade da mudança política divergem nas especificidades de cada país. Mas a relação entre democracia e jornalismo é fundamentalmente uma relação simbiótica em que a liberdade se encontra como estrela brilhante de toda uma constelação teórica que fornece ao novo jornalismo emergente uma legitimidade para a atividade/negócio em expansão e uma identidade para os seus profissionais (TRAQUINA, 2005, p. 49).

A expansão deste novo mercado – o das notícias – somada à massa crescente de leitores, trouxe consigo uma remodelação no modo de pensar e difundir informação. O que antes funcionava como suporte, quase que exclusivo para propaganda política, agora inspirava nas audiências e nos profissionais interesses diversos por assuntos igualmente diversificados. Contudo, a necessidade de retratar a realidade, a vida cotidiana, tal qual como ela é e no menor espaço de tempo possível se fixou como valor basilar da atividade, sobretudo com as mudanças derivadas da adoção de novas ferramentas e práticas.

O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas-de-fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo. (TRAQUINA, 2005, p. 53)

Com o abandono de um jornalismo que se prestava a ser suporte para publicidade política, passa-se a ter um ideário do valor-notícia que está intrinsecamente ligado aos fatos sociais. Schudson (2010, p. 89) comenta que no início do século XX o apreço pelos fatos atingiu tamanha importância ao ponto dos jornalistas enxergarem “[...] a si mesmos como cientistas desvelando fatos políticos e econômicos da vida industrial, de forma mais corajosa, clara e ‘realista’ do que ninguém havia feito antes”. O ato de relatar situações cotidianas, “sociais e econômicas”, passou a demandar precisão.

Ainda no final do século XIX, com o movimento realista ganhando força no campo das artes, e com a teoria da evolução de Darwin se popularizando, a factualidade se tornou

um valor ainda mais premente no fazer jornalístico. “E, mais importante ainda, incorporava os seres humanos como objetos sobre os quais os fatos poderiam ser coletados e estudados” (SCHUDSON, 2010, p. 93).

Como delineou Traquina (2005), tamanha deve ser a fidedignidade à realidade dos acontecimentos ao noticiar fatos que o jornalismo assume a característica de um “espelho” da sociedade. O repórter assume a “[...] missão de informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu, doa a quem doer” (p. 147).

Pena (2005), ao se debruçar sobre as teorias da comunicação e do jornalismo constata que o processo de decisão sobre o que será noticiado em um determinado veículo – processo esse também conhecido como gatekeeping -, bem como o ato de construção da notícia, está mais intimamente ligado ao fator “tempo” que a outros valores que supostamente deveriam nortear a atividade jornalística. Segundo os levantamentos do autor, [...] as decisões do gatekeeper estavam mais influenciadas por critérios profissionais ligados às rotinas de produção da notícia e a eficiência e velocidade que por uma avaliação individual da noticiabilidade” (p.145).

## **JORNALISMO CONTEMPORÂNEO E ACELERAÇÃO**

Para Heller (1985, p. 4), “o decurso da história é o processo de construção dos valores, ou da degenerescência e o ocaso desse ou daquele valor”. Logo, é mister observar que a primazia ou o abandono desse ou daquele valor que serve como balizador para a prática jornalística também há de mudar de acordo com o recorte espaço-temporal.

Avançando até a contemporaneidade, vemos que no jornalismo digital o tempo continua sendo um algoz dentro das redações, sendo a aceleração tamanha ao ponto de “o caminho percorrido pela notícia, desde o surgimento da ideia na reunião de pauta [...] até sua ‘publicação’ na Internet, demora, muitas vezes, dez minutos” (FERRARI, 2003, p. 52).

É necessário observar que por mais que hajam valores éticos e morais ideais que pautem o jornalismo, ou mesmo a atividade dos comunicadores em sentido mais amplo,

[...] nossas máquinas, processos e instituições destinadas à organização da comunicação social respondem a potentes jogos e disputas de poder e, neste plano, dependem de materialidades, de estofo jurídico, de negociações legais, etc. (ROCHA, 2011, p.12).

---

Sendo assim, percebe-se que não há uma equação exata que permita definir os critérios do valor-notícia, que, por sua vez, é variável e mutável. Em parte, o veículo define o que deve ou não ser pautado, mas também leva em consideração o que as audiências demandam e os assuntos que são trazidos à baila adequando-se ao *establishment* de cada época e as demandas econômicas dos próprios veículos.

Moretzsohn (2002) é crítica ao questionar o real sentido de produzir notícias em uma velocidade cada vez maior, constituindo uma prática que, por vezes, implica em erros como a divulgação de conteúdo mal apurado ou mesmo inverídico.

A autora pontua que as empresas de comunicação seguem um *modus operandi* capitalista e produtivista e, portanto, “ficam subordinadas a essa ‘lógica da velocidade’, apresentada como um dado da realidade, como se fosse dotada de uma dinâmica própria, e não como resultado da rotina industrial”.

Leão (1987) defende que diferentes momentos históricos do capitalismo demandaram a criação de diferentes tecnologias. Essas demandas estariam intimamente ligadas ao ideal de disseminação massiva de uma ideologia político-econômica dominante, bem como controlar a produção e circulação das informações.

Tuchman (1998), tomando emprestando conceitos da sociologia do trabalho, discorre sobre a rotinização do ato de fazer notícias, mesmo quando parece difícil lidar com acontecimentos difíceis de prever. A autora pontua que um dos principais métodos usados por empresas jornalísticas é a categorização e tipologização de eventos – fatos – que poderiam ser aproveitados como material noticioso. Uma espécie de separação do joio do trigo. Desta maneira, dentro de um universo de conteúdo bruto, seria possível separar o que é de interesse ou não das audiências. Desta maneira, seria possível estabelecer algum nível de controle e organização da rotina produtiva da notícia.

Logo, é possível compreender que o emprego de uma determinada técnica, associada a uma ou mais ferramentas específicas, cria maneiras de ter algum controle e previsibilidade dentro de rotinas produtivas.

Para Leão (1987, p. 9) a palavra “informatizar” – considerada um neologismo na década de 1980 – implica em uma sujeição da realidade a uma forma controlada de poder. Para o autor, “a forma da informática não remete apenas para o âmbito artesanal das artes e ofícios. Remete também para o domínio de qualquer criação, seja na arte, na ciência, na indústria e na organização ou na convivência”. O autor complementa o pensamento ao definir a informatização a um “supermodo de organização”

---

Sobre o uso de aparatos tecnológicos cada vez mais avançados dentro das rotinas produtivas do jornalismo, como Inteligências Artificiais e algoritmos, Barsotti e Storch (2020) acreditam que é possível valer-se destes recursos para melhorar o desempenho do trabalho jornalístico, mas preocupam-se com a manutenção de uma agenda a ser proposta para a sociedade e defendem uma maior transparência no uso de dados pessoais da audiência. O jornalismo mediado por algoritmos se equilibra entre demandas empresariais e comerciais, de um lado, e exigências editoriais e éticas, de outro.

As implicações vão desde problemas com a privacidade dos usuários, que cedem dados pessoais para as empresas provedoras de serviços e ferramentas tecnológicas, até debates sobre a real isenção e imparcialidade dessas tecnologias. “Na verdade, nenhum serviço de informações pode ser completamente isento de interferência humana ao entregar informações [...]” (GILLESPIE, 2018, p. 107).

## **PARALELOS ENTRE TEORIA E PRÁTICA**

Para além da revisão bibliográfica, o presente trabalho se apoiou na realização de entrevistas semiestruturadas com profissionais de veículos de comunicação que vivenciam as mudanças tecnológicas e experimentaram novas rotinas de trabalho. Ao todo, foram coletados depoimentos de profissionais do Grupo Globo, e do projeto Dário do Clima. Sendo todos eles ganhadores de editais do *Google News Initiative*, um empreendimento da Google Inc. que visa fomentar a inovação tecnológica dentro de empresas jornalísticas

Segundo o site da organização, “em 2018, lançamos a *Google News Initiative* para expandir o nosso trabalho com jornalistas, editoras e líderes do setor com o intuito de ajudar a construir um futuro resiliente para as notícias a nível mundial”<sup>3</sup>. A iniciativa já apoiou cerca de 7000 projetos em 120 países, tendo distribuído um total de U\$ 300 milhões em fomento.

Dentre os objetivos gerais da iniciativa estão a construção e desenvolvimento de audiências engajadas por meio de ferramentas de análise providas pelo Google Inc., fortalecimento do jornalismo digital, ajuda no aumento de receita das organizações jornalísticas, geração de insights com a ajuda de Inteligências Artificiais, dar maior

---

<sup>3</sup> Dados disponíveis em <<https://newsinitiative.withgoogle.com/pt-pt/>>. Acesso em agosto de 2023.

---

visibilidade para histórias subnotificadas e superação de barreiras de idioma e acessibilidade.

Segundo o jornalista André Miranda<sup>4</sup>, Editor Executivo do Grupo Globo, entrevistado em maio de 2023 por videoconferência, a decisão de participar do edital de fomento do *Google News Initiative* partiu do questionamento de “[...] como distribuir melhor nosso conteúdo”. A princípio, o grupo de mídia pretendia desenvolver um aplicativo para dispositivos móveis que teria o nome de Globo One que, por meio de algoritmos de recomendação, levariam conteúdo sob medida para os leitores. De acordo com Miranda, uma parte significativa do conteúdo produzido pela equipe de redação ainda tinha pouco alcance ou sequer chegava ao público-alvo.

Por motivos não explicitados ao longo da entrevista, Miranda pontuou que o projeto original acabou dando lugar ao desenvolvimento de outras ferramentas e produtos que visariam melhorar a logística de distribuição de notícias, como o desenvolvimento de *newsletters* personalizadas e enviadas por e-mail e a implementação de uma área na *homepage* do site do jornal O Globo chamada de “Para Você”. Sendo esta última aplicação uma área do site dedicada a recomendar seis matérias para o leitor com base nos hábitos de leitura e navegação do usuário.

Questionado sobre as implicações deontológicas inerentes a esse novo cenário de algoritmização e automação de processos no fazer jornalístico, como a contraposição da subjetividade humana versus a objetividade da máquina para fazer uma curadoria, um *gatekeeping*, Miranda é enfático ao dizer que o fator humano é o que prevalece, pois “as pessoas assinam O Globo pela nossa curadoria. Eu sei que a gente tem que buscar audiência a qualquer custo. Mas as pessoas assinam por causa da curadoria (humana)”.

O segundo entrevistado foi o engenheiro da computação Giulio Carvalho<sup>5</sup>, que atua como programador dentro do projeto Diário do Clima, que também é financiado pelo Google News Initiative e “[...] tem como base o Querido Diário e que ajudará jornalistas e comunicadores a acompanharem atos relacionados ao clima, por meio do monitoramento de publicações nos diários oficiais dos municípios”<sup>6</sup>. A entrevista também foi conduzida por meio de videoconferência em julho de 2023.

---

<sup>4</sup> Dados disponíveis em <<https://br.linkedin.com/in/andre7miranda>>. Acesso em agosto de 2023.

<sup>5</sup> Dados disponíveis em <<https://www.linkedin.com/in/giuliocc/>>. Acesso em agosto de 2023.

<sup>6</sup> Dados disponíveis em <<https://ok.org.br/projetos/diario-do-clima/>>. Acesso em agosto de 2023.



Este segundo caso apresentado também parte da preocupação de jornalistas e profissionais de áreas correlatas em proporcionar um acesso mais fácil a conteúdos da área de meio ambiente e podendo gerar *insights* e facilitar o processo de buscar factuais que sejam relevantes para se tornarem pauta. Diferentemente do caso anteriormente abordado, o Diário do Clima ainda se encontra em fase de testes, mas, quando finalizado, se assemelhará a um sistema de alerta para avisará aos jornalistas quando um assunto previamente definido como relevante for publicado em um Diário Oficial.

Segundo Carvalho, o uso de Inteligência Artificial dentro desse projeto ajudará na estruturação de bases de dados, no ranqueamento de resultados de pesquisas colocando em destaque o que há de mais relevante – segundo critérios dos profissionais de comunicação envolvidos no treinamento do algoritmo de ranking –, bem como na identificação de entidades públicas ou privadas. O produto final possibilitaria uma busca mais assertiva e ainda o cruzamento de dados com a utilização de filtros específicos como localidade, data e assunto.

O importância de uma ferramenta como essa, segundo Carvalho, reside na automatização de processos anteriormente feitos de forma manual, como, por exemplo, a eliminação da necessidade de um jornalista acessar sites de municípios para ter acesso a uma versão digital de uma edição de um Diário Oficial e buscar de forma manual um assunto específico em meio a centenas de páginas.

Ambos os casos aqui apresentados exemplificam uma das conclusões do relatório *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023*, do Instituto Reuters. Segundo o jornalista Nic Newman, que assina o texto final

Avanços extraordinários em inteligência artificial (IA) em 2022 têm exposto oportunidades – e desafios – mais imediatos para o jornalismo. A IA oferece a possibilidade para os editores finalmente entregarem informações e formatos mais pessoais, para lidar com a fragmentação de canais e a sobrecarga de informações.<sup>7</sup> (Tradução nossa)

Complementarmente, foram analisadas 22 *newsletters* do projeto Farol Jornalismo (NFJ)<sup>8</sup> entre os meses de março e agosto de 2023. O boletins são enviados semanalmente para os assinantes e disponibilizam uma gama variada de informações acerca das novidades da área jornalística bem como reflexões críticas sobre acontecimentos que

<sup>7</sup> Dados disponíveis em < <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023>>. Acesso em julho de 2023.

<sup>8</sup> Dados disponíveis em < <http://faroljornalismo.cc/blog/>>. Acesso em agosto de 2023.



---

possam ter impacto direto ou indireto dentro desta área profissional. A análise delimitou-se ao conteúdo textual presente no corpo do e-mail, desconsiderando hiperlinks para conteúdos externos, sejam eles textuais ou audiovisuais.

Por se tratar de um estudo ainda em andamento, a análise buscou identificar de maneira quantitativa o percentual de menções aos assuntos como Inteligência Artificial, algoritmos e plataformas digitais em correlação com o jornalismo. Em 100% dos boletins houve menção aos itens supracitados, evidenciando a pertinência dos fenômenos tecnológicos em desenvolvimento.

Entretanto, pontua-se que necessidade de uma análise mais minuciosa, qualitativa, que jogue luz sobre “como” esse assunto vem sendo tratado. E, ao estabelecer tipologias qualitativas próprias para tal análise, diferencia as abordagens que tratam o tema de maneira otimista, pessimista, com ceticismo, com maior ou menor destaque dentro dos boletins informativos.

## CONCLUSÃO

Os avanços tecnológicos e a ascensão das inteligências artificiais estão redefinindo o campo do jornalismo. As transformações ocorridas nos últimos dois séculos, desde o surgimento da imprensa até a era da sociedade hiperconectada, trouxeram mudanças significativas na produção, transmissão e consumo de notícias. Relatórios de tendências para o mercado, como o do Instituto Reuters, mostram que a curadoria de conteúdo está cada vez mais influenciada por algoritmos, levando a um deslocamento dos papéis anteriormente tradicionais tanto de profissionais como do público consumidor.

Essas mudanças apresentam desafios e oportunidades para profissionais de comunicação, exigindo uma análise crítica contínua das implicações éticas, sociais e profissionais decorrentes do uso de tecnologias emergentes. A pesquisa acadêmica, utilizando métodos como revisão bibliográfica, entrevistas e pesquisa exploratória, desempenha um papel fundamental na compreensão dessas transformações e na busca por abordagens jornalísticas responsáveis e adaptáveis ao cenário atual sem que se perca de vista os valores deontológicos que balizam a profissão.

É essencial que jornalistas e pesquisadores se mantenham atualizados, atentos e críticos às dinâmicas em constante evolução entre o jornalismo, os algoritmos e a inteligência artificial e demais aparatos técnicos, para promover uma prática jornalística

---

que seja ética, informada e contextualmente relevante. Parte das entrevistas feitas até o momento mostram que mesmo diante das promessas feitas pela automatização e delegação de atividades para as máquinas, o fator humano ainda está longe de ser substituído nas funções que demandam maior acuidade e sensibilidade para selecionar, tratar e distribuir informações e notícias.

## REFERÊNCIAS

BARSOTTI, Adriana; STORCH, Laura. **Jornalismo e algoritmos: o uso de dados de leitores e a personalização das notícias no Globo One.** In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 18., 2020, Anais eletrônicos.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: JZE, 2003.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises. **The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism.** Stanford: Stanford Univ. Press, 2019.

CORREIA, João Carlos. **O admirável mundo das notícias: teorias e métodos.** Covilhã: LabCom Books, 2011.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital.** São Paulo: Contexto, 2008.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos.** Parágrafo. São Paulo, Brasil, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan./abr. 2018.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Editora Contexto, 2005.

ROCHA, R. et al. **Consumo midiático e cultura de convergência.** São Paulo: Miró Editorial, 2011.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **A sociedade informatizada: o caso português.** In: FADUL, Ana Maria (org). *Novas tecnologias de comunicação.* 16ª ed. São Paulo: Sumus, 1986.

SCHUDSON, Michael. **The sociology of news.** New York e Londres: W.W. Norton & Company, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo volume I: porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2005.

---

REUTERS. **Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023.**  
Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023>. Acesso em: 11 de agosto de 2023.