

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS**  
**COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**  
**TAINÁ PRESSOTI SIMÃO**

**OS DESAFIOS DO JORNALISMO NO CIBERESPAÇO: estudo de caso do jornal  
Estadão**

**Varginha**  
**2021**

**TAINÁ PRESSOTI SIMÃO**

**OS DESAFIOS DO JORNALISMO NO CIBERESPAÇO: estudo de caso do jornal  
Estadão**

Trabalho apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação lecionada pela Profa. Dra. Terezinha Richartz e orientado pela Profa. Ma. Gisele Cristina Nishiyama.

**Varginha  
2021**

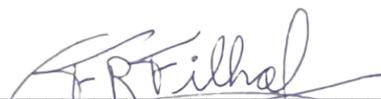
**TAINÁ PRESSOTI SIMÃO**

**OS DESAFIOS DO JORNALISMO NO CIBERESPAÇO: estudo de caso do jornal**

**Estadão**

Trabalho apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação lecionada pela Profa. Dra. Terezinha Richartz e orientado pela Profa. Ma. Gisele Cristina Nishiyama.

Aprovado em: 30 / 11 / 2021



---

Prof. Cesar Filho



p.p. *Gisele Cristina Nishiyama*

---

Profa. Ma. Gisele Cristina Nishiyama



---

Profa. Terezinha Richartz Santana

OBS.:

Dedico este trabalho em memória do meu avô  
que sempre me incentivou.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus por, ao longo deste processo complicado e desgastante, me ter feito ver o caminho, nos momentos em que pensei em desistir.

Aos meus pais, Valdeci Simão e Silvete Ap. Pressoti Simão pelo apoio financeiro e pelos ensinamentos que contribuíram para a minha formação.

Ao meu namorado Vinícius Soares por todo apoio e motivação, e as minhas amigas, em especial, Gabriela Petrucci, Talita Rodrigues e Milena Silva por dividirem comigo os momentos difíceis e as vitórias.

A Prof. Ma. Gisele Cristina Nishiyama pela orientação, confiança depositada e pelo apoio no desenvolvimento deste trabalho e também a Profa. Dra. Terezinha Richartz, por todo amparo nas questões metodológicas que envolveram o trabalho.

Por fim, agradeço ao Centro Universitário do Sul de Minas “Unis” e a todos os professores do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo.

## RESUMO

Esta monografia “Desafios do jornalismo no ciberespaço: estudo de caso do portal Estadão, discorre sobre a importância do jornalismo em renovar e se readaptar conforme o avanço das tecnologias, mudando as formas de levar informação, mas com o desafio de manter a qualidade e transparência. Além disso, será abordado ao longo do trabalho as diferenças em se ter uma formação acadêmica e o quanto isso pode interferir na produção de conteúdo, já que atualmente todo mundo se sente como tal. Como forma de demonstrar as mudanças enfrentadas com as convergências midiáticas, a análise será realizada em torno do portal Estadão, que é um bom exemplo onde o veículo teve que se adaptar as novas mudanças e conseguir entregar um conteúdo de qualidade e não deixar de cumprir com o dever que a profissão de jornalista exige.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Tecnologias. Convergências midiáticas. Portal Estadão.

## *ABSTRACT*

This monograph “Journalism challenges in cyberspace: a case study of the Estadão portal”, discusses the importance of journalism in renewing and readapting according to the advance of technologies, changing the ways of taking information, but with the challenge of maintaining quality and transparency. In addition, the differences in having an academic background and how much this can interfere in the production of content will be discussed throughout the work, since everyone currently feels like such. As a way to demonstrate the changes faced with media convergences, the analysis will be carried out around the Estadão portal, which is a good example where the vehicle had to adapt to the new changes and manage to deliver quality content and not fail to comply with the duty that the profession of journalist demands.

**Keywords:** Journalism. Technologies. Media convergences. Portal Estadão.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Conteúdo preparado sobre o uso de máscara de proteção .....	19
Figura 02 - Mensagem instrutiva exibida na plataforma do Instagram .....	23
Figura 03 - Mensagem instrutiva exibida na plataforma do Instagram .....	23

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	12
<b>2.1 O Ciberespaço</b> .....	12
<b>2.2 Evolução da Internet</b> .....	13
<b>2.3 Estrutura do Ciberespaço</b> .....	15
2.3.1 Tipos de Sites .....	15
2.3.1.1 Portal .....	16
2.3.1.2 Redes Sociais .....	17
<b>2.4 O ciberjornalismo</b> .....	18
2.4.1 Diferenciais na formação acadêmica.....	21
<b>2.5 Case: Portal Estadão</b> .....	24
2.5.1 Breve evolução do portal Estadão.....	24
2.5.2 Análise do Portal .....	27
<b>3 CONCLUSÃO</b> .....	30
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	31

## 1 INTRODUÇÃO

Com a evolução das tecnologias, mais precisamente da internet, as relações sociais mudaram e com elas também a maneira de comunicarmos. A tecnologia se torna cada vez mais indispensável à nossa sociedade. Enquanto sua evolução representa um marco profundo em toda a História, a forma como a utilizamos pode gerar benefícios e ao mesmo tempo desafios.

A busca por informações sempre foi uma característica do ser humano, seja nos jornais, revistas, rádio, televisão, ou nas novas tecnologias digitais de informação e comunicação, pertencentes ao ciberespaço, como computadores e celulares, por exemplo.

O ciberespaço é um novo canal de trocas de informação e conhecimento, mas também uma extensão da sociedade e de suas instituições. Ele “reúne a nova sociedade da informação; uma sociedade que se organiza num espaço sociotécnico, suportado por uma linguagem hipertextual de códigos, o HTML, que consiste em diferentes nós de texto digital. (NICOLA, 2004, p.26).

O espaço cibernético intensificou transformações sociais nos mais diversos campos da atividade humana, é o que Manuel Castells chama de sociedade em rede. Sendo assim, a área de comunicação social entrou em crise. A ideia de revolução digital ganhava adeptos e a Internet era tida como o meio de comunicação único que acabaria com as velhas mídias.

Na verdade, os velhos meios de comunicação analógicos, ao invés de desaparecerem, garantiram seu espaço na Internet por meio da convergência midiática, criando uma nova espécie de meio de comunicação que explora os sentidos humanos, fazendo com que o jornalismo fosse readequado aos moldes do novo meio.

Embora o desenvolvimento do ciberespaço gerasse uma nova forma de interação, facilitando o trabalho também dos jornalistas, um grande desafio surgiu. Devido a “liberdade” disponibilizada na internet, todos se sentem criadores de conteúdos, as pessoas cada vez mais participam da comunicação social, confundindo a liberdade de expressão com a liberdade de imprensa.

Sendo assim, pretende-se analisar durante esta monografia as mudanças que ocorreram no jornalismo devido ao ciberespaço através do estudo de caso do Portal Estadão. Inicialmente será abordado o avanço da tecnologia e a estrutura presente no ciberespaço, apresentando os tipos de sites que mais serão aprofundados ao decorrer do estudo. Em seguida, daremos continuidade ao ciberjornalismo e a nova estrutura presente na profissão, demonstrando os diferenciais na formação acadêmica.

Com o objetivo de explicarmos as transformações ocorridas na profissão, veremos o

avanço do portal Estadão, buscando identificar as principais características presentes no ciberespaço e discorrendo sobre a seguinte problemática: “É possível fazer um jornalismo moderno, sem perder a qualidade e a credibilidade?”.

Para o presente estudo será feita a revisão bibliográfica em sites de notícia e artigos acadêmicos. A pesquisa bibliográfica pode ser encontrada principalmente no meio acadêmico com o objetivo de aprimoramento e atualizar o conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas.

A pesquisa bibliográfica é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. Uma pesquisa de laboratório ou de campo implica, necessariamente, a pesquisa bibliográfica preliminar. Seminários, painéis, debates, resumos críticos, monográficas não dispensam a pesquisa bibliográfica. Ela é obrigatória nas pesquisas exploratórias, na delimitação do tema de um trabalho ou pesquisa, no desenvolvimento do assunto, nas citações, na apresentação das conclusões. Portanto, se é verdade que nem todos os alunos realizarão pesquisas de laboratório ou de campo, não é menos verdadeiro que todos, sem exceção, para elaborar os diversos trabalhos solicitados, deverão empreender pesquisas bibliográficas (ANDRADE, 2010, p. 25).

Por fim, a pertinência deste estudo pode ser justificada por meio das mudanças que o surgimento de um novo modelo comunicacional refletiu no jornalismo, mudanças essas que poderão ser aproveitadas pelos profissionais da área que se manterem atentos aos novos modos de atuação que estão se abrindo com o desenvolvimento do ciberespaço e de todos os aparatos tecnológicos que lhe dão acesso.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 O Ciberespaço

Há mais de trinta anos, devido a agilidade em que os meios de comunicação foram desenvolvendo novas tecnologias, o escritor canadense Marshall McLuhan criou o termo aldeia global onde a sociedade estaria completamente interconectada e tomada pelas mídias eletrônicas. Sendo assim, essas novas mídias aproximariam as pessoas de toda parte permitindo com que elas se comunicassem, formando assim uma aldeia.

Os estudos desenvolvidos foram confirmados com o surgimento da internet como uma rede mundial de computadores, facilitando a expressão, o conhecimento e a comunicação humana. Esse espaço criado existe virtualmente e foi definido por William Gibson, em 1984, no livro *Neuromancer*. No livro, o ciberespaço refere-se a um espaço virtual composto por cada computador e usuário conectados em uma rede mundial e onde alguns “heróis” são capazes de entrar fisicamente para lá viverem todos os tipos de aventura. É um mundo onde as novas tecnologias estão por toda parte e os seres humanos se moldam nessas tecnologias. O termo passou a ser utilizado pelos usuários e criadores de redes digitais.

Segundo Levy (1998, p. 104) o ciberespaço refere-se ao "universo das redes digitais como lugar de encontros e de aventuras, terreno de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural". Sendo assim, com o avanço das tecnologias, o ciberespaço se fez cada vez mais presente na forma como nos relacionamos e comunicamos. Dessa maneira, a sociedade começou a se apresentar como uma sociedade da informação.

com a ampliação do acesso à internet, buscou-se simular ao máximo a sociedade no estilo já conhecido, com o objetivo de atrair um maior público. Essa nova realidade agregou uma nova forma de socialização e trouxe, como aspecto central, modificações nas formas de relacionamento, encontros, com aspectos afetivos e cognitivos atrelados. (HONORATO, 2006 apud SILVA; TEIXEIRA; FREITAS, 2015, p. 181).

Conseqüentemente, a maneira as relações pessoais de “corpo presente” não eram mais a única possibilidade de socialização, dando espaço ao plano virtual de encontros, tornando possível a comunicação em tempo real, como programas de bate-papos, e-mails. Nem mesmo o espaço geográfico impossibilitou esse novo modelo de comunicação, pois a mensagem pode ser transmitida por intermédio dos aparelhos tecnológicos, como fibras óticas, computadores e smartphones, promovendo a interação.

A globalização, aliada com as tecnologias, redimensionou o espaço público por meio da conectividade e da interatividade dos indivíduos que também afetaram as relações de tempo e espaço, juntamente com as interferências culturais. Dessa forma, pode-se atribuir à internet o fato de ser o primeiro meio de troca de informações e de interatividade do ser humano em abrangência global, no qual o usuário se torna, simultaneamente, formulador e consumidor de informações. RIBAS; ZIVIANI (2008 apud SILVA; TEIXEIRA; FREITAS, 2015, p.182)

O ciberespaço se tornou o novo canal para troca de conhecimentos e informações, ele reúne diferentes esferas que compõem a sociedade em um mesmo espaço. É possível encontrar os órgãos públicos, empresas e a sociedade civil em geral presentes na rede através de portais, sites, blogs e perfis em redes sociais. Ambos se reinventam e se modelam conforme o mundo virtual, fazendo com que até mesmo a maneira como nos relacionamos ganhasse força neste ambiente.

Para chegar até esse novo modelo de comunicação e circulação de informações, foi um processo longo que se desenvolveu com o surgimento da internet e como ela foi avançando até o modelo como nós conhecemos hoje em dia. A internet é considerada uma rede viva que se renova conforme a sociedade avança também. Dessa maneira, para entendermos melhor esse processo, o próximo capítulo traz um breve histórico de como esse processo surgiu e se consolidou ao longo dos anos.

## **2.2 Evolução da internet**

Um dos maiores marcos da história da humanidade foi em relação a descoberta do que chamamos hoje de internet, em 1962 durante o período da Guerra Fria, mas ao contrário do que se pode imaginar, sua criação não foi com o objetivo de controlar sistemas nucleares de defesa, mas sim, permitir que os vários centros de pesquisa que participavam de projetos da *ARPA* (Advanced Research Projects Agency), agência de pesquisas do Departamento de Defesa do Governo dos EUA, pudessem se comunicar para trocar informações e compartilhar recursos.

No ano de 1962, em pleno auge da Guerra Fria, um grupo de pesquisadores americanos vinculados a uma instituição militar começou a imaginar um sistema imune a bombardeios, que fosse capaz de interligar muitos computadores, permitindo o intercâmbio e o compartilhamento de dados entre eles. Sete anos mais tarde, a primeira versão desse sistema ficou pronta: chamava-se ARPAnet (nome derivado de Advanced Research Projects Agency ou Agência de Projetos de Pesquisa Avançada), e sua principal característica era não possuir um comando central, de modo que, em caso de destruição de um ou mais computadores, todos os outros equipamentos ligados ao sistema continuariam operando. (BRASIL, 2006, p.6).

Nos anos de 1988, aconteceu a abertura do “serviço” para fins comerciais e o final dos anos 80 também foi marcado pela conexão via *dial-up*, que era a linha discada onde possibilitava o acesso à internet. No entanto, essa popularidade ainda era um tanto quanto restrita e acabou tendo sua explosão em 1989 quando os Estados Unidos resolveram comercializar a internet.

A rede de internet como conhecemos hoje teve seu impulsionamento em 1989, quando o programador suíço Tim Berners Lee, idealizou os conceitos de *World Wide Web*. (WWW) e a criação do *browser*, navegador. Esses conceitos passaram por evoluções e aprimoramentos, o que resultou no início de um sistema midiático voltado para uma grande população de usuários comuns.

A rede começou a ser utilizada no Brasil em setembro de 1988, mais precisamente no meio acadêmico, quando um laboratório ligado ao Centro Nacional de Pesquisas (CNPq), conectou-se ao sistema de mensagens BITNET (Because It's Time Network), uma rede que fazia interconexão com a Internet.

Para que a internet começasse a se desenvolver no Brasil, algumas negociações entre o governo federal e a sociedade civil foram realizadas. Isso porque, a Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações) mantinha o monopólio da instalação e exploração dos serviços de comunicação de dados no país.

Após a primeira conexão com a internet no Brasil a Fapesp criou a rede ANSP (Academic Network at São Paulo), que interligava a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade de Campinas (Unicamp), a Universidade Estadual Paulista (Unesp) e o Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT). Em seguida foram ligadas à ANSP a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS).

Em setembro de 1989, o governo finalmente reconheceu a necessidade de aprimorar a infraestrutura de comunicação do país e a partir daí montou-se um grupo de trabalho para o desenvolvimento da RNP (Rede Nacional de Pesquisas) semelhante à rede NSF dos Estados Unidos. CARVALHO (2003 apud ARAUJO, 2011, p.17)

Somente em 1994 que a internet migra da academia para ser comercializada. A empresa Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações), que mantinha o monopólio da instalação e exploração dos serviços de comunicação de dados no país desde 1975, foi quem lançou o Serviço Internet Comercial, em caráter experimental e com conexão internacional de 256 Kbps, onde cerca de cinco mil usuários foram escolhidos para testar o serviço.

No primeiro semestre de 1995, o serviço se tornou definitivo no país e o Ministério das Comunicações optou pela exploração comercial, tornando a nova rede como tendência no país e a popularizando cada vez mais.

A internet se torna cada vez mais necessária na sociedade, seja em questões mercadológicas ou pessoais, a verdade é que não conseguimos imaginar mais um mundo sem a conexão que ela nos permite. Segundo Valente (2020, p1) “Três em cada quatro brasileiros acessam a internet, o que equivale a 134 milhões de pessoas. Embora a quantidade de usuários e os serviços *online* utilizados tenham aumentado, ainda persistem diferenças de renda, gênero, raça e religiões”.

Devido ao número de acessos e o tempo gasto com os *smartphones* e outros aparelhos móveis, os sites também tiveram que mudar a estrutura para conseguir levar conteúdos de qualidade em “telas menores”, sem perder a qualidade e rapidez. Acompanhe a seguir como algumas estruturas foram moldadas pelo ciberespaço.

## **2.3 ESTRUTURA DO CIBERESPAÇO**

### **2.3.1 Tipos de sites**

Como abordado anteriormente, o ciberespaço é o ambiente criado de maneira virtual através do uso dos meios de comunicação modernos destacando-se, entre eles, a internet e tem como característica a interatividade. O ciberespaço conta com ampla rede de materiais, sendo eles os textos, imagens, áudio e vídeo que são disponibilizados em plataformas como os chamados sites, que é um conjunto de páginas da *Web* que pertencem ao mesmo endereço eletrônico ou *URL*.

É possível contar com diversos tipos de websites na internet, como por exemplo, institucionais, informativos, pessoais, comunitários, cada qual com seu objetivo que vai de acordo com o público que é direcionado. Dentro dessas páginas de conteúdos também é comum colocar os hipertextos, que é considerado a linguagem do novo meio, denominada como forma de escrita/leitura não linear, proporcionando ao leitor decidir o rumo a seguir na sua viagem pela leitura, tornando o tempo e o espaço, em relação à construção textual, flexível.

Theodore Nelson inventou o termo hipertexto para exprimir a ideia de escrita/leitura não linear em um sistema de informática. Desde então, Nelson persegue o sonho de uma imensa rede acessível em tempo real contendo todos os tesouros literários e científicos do mundo, uma espécie de Biblioteca de Alexandria de nossos dias. Milhões de pessoas poderiam utilizar Xanadu, para escrever, se interconectar,

interagir, comentar os textos, filmes e gravações sonoras disponíveis na rede, anotar os comentários, etc. Aquilo que poderíamos chamar de estado supremo da troca de mensagens teria a seu encargo uma boa parte das funções preenchidas hoje pela editoração e o jornalismo clássicos. Xanadu, enquanto horizonte ideal ou absoluto do hipertexto, seria uma espécie de materialização do diálogo incessante e múltiplo que a humanidade mantém consigo mesma e com seu passado. (LÉVY, 1993, p. 29).

Os sites podem ser classificados como estáticos, ou seja, as entradas são realizadas em via única, disponíveis apenas para consulta ou dinâmicos, quando as entradas são realizadas em via dupla, tanto para consulta quanto para edição.

### 2.3.1.1 Portal

Os portais são considerados como páginas na internet que servem como ponto de acesso direto a um conjunto de serviços e informações, permitindo que o usuário encontre dentro de uma mesma página acesso a diversos conteúdos.

O termo Portal é muito abrangente e pode abarcar desde o simples catálogo on-line até a soluções complexas de intranet. Contudo, uma característica comum é o seu papel de ponto de partida para algo, oferecendo uma entrada para a utilização de serviços na Internet. ZIRPINS et al (2001 apud GOUVEIA; OLIVEIRA; VARAJÃO, 2007, p.310)

Com a expansão da internet, mais precisamente a World Wide Web (WWW), tem se tornado um meio essencial para disponibilização de informações, por exemplo. Devido a esse crescimento, os portais ganharam destaque por conseguir reunir e organizar as informações dentro do mesmo espaço. A partir daí começaram a surgir diversos portais muitas vezes com características significativamente diferentes entre si.

O primeiro portal de conteúdo criado no Brasil foi o UOL foi fundado por Luiz Frias em abril de 1996. Boa parte dos portais oferecem serviços como produção de notícias e conteúdos, o que se tornou uma ótima ferramenta para os jornalistas que também tiveram que “migrar” para o universo online.

Os portais são classificados de suas maneiras diferentes, sendo elas os portais horizontais e verticais. “Os portais horizontais não fornecem acesso a conteúdos e serviços que grupos específicos de pessoas pretendem. Eles dedicam-se a disponibilizar informação e atingir todos os membros de uma comunidade”. Maltz (2005 apud GOUVEIA; OLIVEIRA; VARAJÃO, 2007, p. 313).

Segundo Zirpins et al. (2001, GOUVEIA; OLIVEIRA; VARAJÃO, 2007, p. 313) “os portais verticais também designados e-Vortals oferecem conteúdos e serviços vocacionados para um domínio ou comunidade específica, seja ela profissionais ou com interesses comuns”.

### 2.3.1.2 Redes Sociais

Com a evolução tecnológica, as maneiras de transmissão de informações também foram alteradas no cenário jornalístico. À medida que uma nova tecnologia surge, as possibilidades de transmissão são modificadas, o que gera um novo modo de fazer e consumir o jornalismo.

Para acompanhar as mudanças, os profissionais tiveram que migrar para os veículos que possibilitam o multimídia, a interatividade, sendo essas características da própria internet, mais precisamente das redes sociais.

Embora muitas vezes passe despercebido, os usuários passam tanto tempo nas redes sociais que não se dão conta do quanto ela é indispensável e o quanto somos dependentes delas. Devido a esse avanço, é possível conversar com pessoas públicas, fazer amigos, namorar, reencontrar pessoas, discutir o que vem sendo pautado pela mídia. É uma maneira de literalmente estar conectado.

As redes sociais são utilizadas de diversas formas, mas, uma das funções que chamam mais atenção é em relação a buscar informações através desse universo. Segundo Valente (2019, p.1) “De acordo com uma pesquisa realizada pela Câmara dos Deputados e pelo Senado, 79% disseram receber notícias sempre pela rede social *Whatsapp*, sendo a principal fonte de informação dos entrevistados”.

Entretanto, apesar da facilidade de informação, alguns ruídos podem ser encontrados nas famosas redes, que são o meio que mais disseminam as notícias falsas, popularmente chamadas de fake News.

Ainda segundo Valente (2019, p.1) o estudo do Centro de Pesquisas Pew descobriu que pessoas que usam as plataformas sociais para se informar sobre as notícias estão menos informadas sobre os principais temas e são mais suscetíveis a acreditar em notícias falsas.

Esse cenário de proliferação das notícias falsas exige não somente a educação população, mas também um jornalismo de qualidade, algo que somente os profissionais capacitados, que já passaram por formação acadêmica serão capazes de realizar.

Dessa maneira, com os desafios na profissão, que é preciso entender como o jornalismo entra nessa nova era da informação e da tecnologia.

## 2.4 O ciberjornalismo

Surgindo como uma nova forma de jornalismo, o ciberjornalismo reuni o que a profissão tem de tradicional com a potencialização de uma narrativa multimídia, interativa, hipertextual e até mesmo customizada. Como bem destacado por VIADA (2014 apud HOEWELL, 2015 p. 22) “O jornalismo é jornalismo, independentemente do suporte em que se trabalhe”, no entanto, é preciso entender como são as abordagens próprias de cada meio.

As mudanças no jornalismo foram surgiram conforme os avanços tecnológicos, e foi por volta de 1990 que as notícias do jornal impresso migraram para a plataforma online. A internet tem como base a interatividade, e com isso, novas necessidades do leitor foram surgindo, algo que os jornalistas não haviam se deparado até então.

As evoluções nas novas mídias estão levando ao desenvolvimento de novas técnicas de contar histórias que envolvem o público em reportagens mais contextualizadas e navegáveis. Esta narrativa interativa abrange uma vasta gama de modalidades de comunicação (por exemplo, texto, imagem, vídeo, gráficos), incluindo a escrita não-linear – ou hipermídia (ou seja, *links*) – e oferece possibilidades para uma personalização extraordinária e um envolvimento intenso do público. Além disso, a notícia está se tornando muito mais fluida do que no passado. No velho mundo das mídias analógicas, a notícia era normalmente publicada por um jornal ou telejornal da noite e, então, talvez, atualizada no dia seguinte. Em 2000, a notícia está em constante fluxo. As atualizações são contínuas. PAVLIK (2001, apud HOEWELL, 2015, p.23).

Com os dispositivos móveis, o desafio passou a ser a oferta de multiplataforma. Tanto em *tablets* quanto nos *smartphones*, era preciso entregar uma notícia de forma clara e objetiva, e no caso dos *tablets*, as leituras eram mais confortáveis, devido ao “espaço”. Sendo assim, os jornalistas apostaram em um modelo que não se diferenciava tanto do impresso, porém, com uma distribuição mais rápida e de fácil acesso.

Embora a leitura nos *smartphones* seja mais prejudicada devido a tela pequena, outros recursos foram explorados, como no caso do som e da imagem. Segundo Canavilhas (2012 apud HOEWELL, 2015, p. 25) “Em lugar do recurso à convergência de conteúdos, típica do jornalismo na Web, nos *smartphones* deve optar-se pela divergência, distribuindo conteúdos puramente textuais, sonoros e videográficos”.

O desenvolvimento do ciberjornalismo no Brasil se deu através das próprias empresas jornalísticas, se destacando até hoje entre as principais publicações para a web. O verdadeiro boom na internet e nos portais brasileiros ocorreu nos anos 2000, onde sites de conteúdos se dedicavam a produzir mais e acabavam deixando as matérias mais completas como segundo plano.

Somente em 2001, que começou a preocupação com “a integração entre conteúdo de qualidade, design acessível e viabilidade financeira”. (FERRARI, 2010, p.28).

Reforçando as características marcantes relacionadas ao ciberjornalismo, sendo a multimídia, hipertextualidade e a interatividade, é preciso colocá-las em prática para que possamos analisar as mudanças na produção de conteúdo do jornal Estadão.

A multimídia pode ser entendida, de acordo com Palacios (2002, p.3) como a “[...] convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico [...]”. A possibilidade de convergência dentro de uma mesma plataforma gera esse processo, sendo inserido a ideia de não-linearidade, sendo essa a essência da internet.

Segundo Castells (1999 apud HOEWELL, 2015, p. 29), “é o multimídia que marca a convergência da diversidade: o audiovisual e o impresso, o entretenimento e a informação, a educação e a persuasão estão juntos.”

Embora ocorra essa mudança na produção, a “velha mídia” não é substituída pela nova, é uma forma de readaptação, fazendo com que uma dependa da outra. Para se ter uma ideia, os autores Valcarce e Álvares (2004) fazem uma comparação entre os conceitos de monomídia (rádio, televisão e impressos) e multimídia, por eles chamada também de hipermídia. “A escrita se mistura com som e imagem em movimento e é potencializada com o hipertexto. Os bits também multiplicaram as possibilidades comunicativas do rádio e da televisão” (VALCARCE; ÁLVAREZ, 2004, p.14).

Já a hipertextualidade está muito ligada à evolução da tecnologia, pois possibilita mais interação na rede e contribui para o desempenho do leitor. Conforme Salaverria (2005) “A hipertextualidade é a capacidade de ligar textos digitais entre si”. Os chamados blocos informativos e hiperligações, são a essência de toda a ideia de hipertexto. Os blocos interativos, conceito usado por Lévy (1993), é a junção de textos, imagens, gifs, sons ou infográficos, sendo mais utilizado em práticas voltadas ao jornalismo, pois é um elemento textual mais usado, proporcionando mais dinamismo à leitura, não deixando cansativa e longa.

Essa característica permite a interconexão de textos através de links, o que faz com que o leitor tenha acesso a notícias relacionadas em um mesmo portal ou em outros sites, contando com uma nova forma de conteúdo, sendo ela os vídeos e os áudios.

Segundo Rost (2006, p. 195) é possível entender a interatividade conforme a seguinte perspectiva “a capacidade gradual e variável que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos usuários/leitores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa)”.

Embora gere a sensação de “liberdade”, é importante destacar que essa ampla possibilidade dentro de um mesmo site já está programada, o leitor tem a escolha perante ao link, porém, esses caminhos já foram determinados, pelo profissional, para guiar a leitura.

Além disso, a interatividade proporciona que leitor não seja apenas receptor, como também pode responder sobre o conteúdo, sugerir ou até mesmo realizar alterações, deixando de lado “a máxima ‘nós escrevemos, vocês leem’ pertencentes ao passado” (CANAVILHAS, 2001, p.2).

Todo esse contexto fez com que o ciberjornalismo abandonasse as barreiras que antes eram impostas devido ao tempo, pois a internet carrega uma necessidade constante de atualização, movida por uma sociedade imediatista e instantânea. Esse novo processo dentro do jornalismo implicou em diversos aspectos da profissão como acompanharemos no próximo tópico.

A ideia de não ser mais responsável por dar um “furo” parece um tanto quanto assustadora, mas a verdade é que atualmente com as diversas maneiras de receber notícia, está cada vez mais difícil para os profissionais da comunicação identificar se o leitor já tomou ou não conhecimento sobre a informação que será passada.

A medida em que os meios de comunicação tradicionais (rádio, TV, jornal) deixaram de ser a única maneira de estar informado, novas demandas foram surgindo e com elas alguns diferenciais tiveram que ser implementados para garantir uma informação de qualidade e rápida.

Os chamados *breaking News*, que são as notícias de última hora transmitidas na televisão ou no rádio, que vem geralmente interrompendo a programação normal, foi uma das mudanças mais necessárias para esses meios. Isso porque, facilitou a distribuição e atualização de conteúdos, que já estão presentes na própria internet.

O *live blogging* também faz parte desse contexto, pois é uma maneira de oferecer atualizações em tempo real a respeito de um assunto ou evento utilizando texto, imagens, vídeo e áudio. “O blogging ao vivo pode, justificadamente, ser considerado uma forma nativa do ciberjornalismo, algo qualitativamente diferente da reportagem ao vivo da mídia televisiva ou de radiodifusão, ou os painéis de notícias 24 horas”. Bradshaw (2014 apud Hoewell, 2015, p.38).

Embora seja importante encontrar soluções para a instantaneidade, as notícias podem ser impactadas, uma vez que, quando são divulgadas rapidamente podem acarretar erros na reportagem e assim a qualidade do conteúdo pode ser perdida.

A mídia ubíqua, por exemplo, que é aquela que pode ser encontrada em qualquer lugar e em tempo real, teve sua explosão com os smartphones. Devido ao surgimento desse fenômeno algumas consequências importantes ocorreram no jornalismo.

Cidadãos equipados com smartphones se tornarão, no século XXI, repórteres continuamente engajados, capturados com seus telemóveis, fotografias e vídeos de notícias que acabam de acontecer. Eles usam mídias sociais como YouTube, Facebook e Twitter para compartilhar amplamente suas notícias. (PAVLIK, 2014, p.165).

Surge então a necessidade de verificação dos fatos noticiados como forma de diminuir a disseminação das notícias falsas, que podem resultar em grandes impactos, embora possa parecer inofensivo.

De certa forma, apesar da liberdade concedida pela internet, criar um conteúdo de qualidade, que ofereça notícias verídicas, continua sendo papel do jornalista, o qual se ampara na formação acadêmica para ter conhecimento sobre a profissão e assim conseguir desempenhá-la corretamente, conforme veremos a seguir.

#### 2.4.1 Diferenciais na formação acadêmica

Como já abordado no tópico anterior, a formação acadêmica desempenha um papel fundamental para a preparação de novos profissionais que atuarão no mercado de trabalho e isso vale para todos os cursos. Para exemplificar, neste primeiro momento usaremos o caso da medicina, você confiaria sua vida em um médico que não tenha estudado? Faria uma cirurgia realizada por um professor? Certamente não. A verdade é que cada profissão carrega consigo uma importância, necessita de estudos, conhecimentos.

No caso do jornalismo não é diferente, uma vez que, quando utilizamos informações não verídicas podemos destruir a vida de alguém. Sempre ouvimos dizer que “as palavras tem poder” e quando usadas fora de contexto elas realmente podem gerar grandes transtornos.

Para compreendermos melhor essa necessidade, voltaremos para um período difícil enfrentado por essa profissão. Em 2009, o STF decidiu que não era mais obrigatório ter o diploma para exercer a profissão de jornalista. Um dos “argumentos” apresentados pelo relator, Gilmar Mendes, foi que notícias inverídicas são grave desvio da conduta e problemas éticos que não encontram solução na formação em curso superior do profissional. Já o ministro Carlos Ayres Britto ressaltou que o jornalismo pode ser exercido pelos que optam por se profissionalizar na carreira ou por aqueles que apenas têm "intimidade com a palavra" ou "olho clínico".

De certa forma, o que implicou para a decisão foi que a exigência do diploma para eles, ia contra a liberdade de expressão, já que restringiria o espaço de opinião e informação compartilhada a apenas uma parcela pequena da sociedade, ou seja, o Supremo confundiu liberdade de expressão, um direito de cada pessoa, com liberdade de imprensa, que inclui a profissão de jornalista como atividade profissional e função pública.

Em resposta a não obrigatoriedade do curso, o até então advogado representante da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), João Roberto Fontes, afirmou que a não exigência do diploma significa uma precarização das relações trabalhistas entre donos de conglomerados e jornalistas. "Haverá uma proletarização ainda maior da profissão de jornalismo, uma vez que qualquer um poderá ser contratado ao 'bel-prazer do sindicato patronal'", afirmou Fontes. Além disso, o advogado ressaltou que a imprensa é conhecida como o quarto poder. "Ora, se não é necessário ter um diploma para exercer um poder desta envergadura, para que mais será preciso?", questionou.

Embora o SFT tenha defendido que a busca por um diploma deveria ser levada em consideração para ter uma formação básica que viabilizasse a atividade profissional, as universidades registraram que o interesse dos vestibulandos em cursar Jornalismo caiu em 14 universidades federais do Brasil, justamente no ano em que foi dado fim à obrigatoriedade do diploma para atuar na área.

Segundo levantamento realizado pelo Comunique-se, as instituições educacionais que se destacaram pelo baixo índice de procura foram a UFF (Universidade Federal Fluminense), com queda de 27,55 candidatos/vaga em 2009 para 19,50 em 2010, e a UFV (Universidade Federal de Viçosa), que reduziu a proporção de candidatos por vaga de 16,58 para 10,35 no mesmo período. Em seguida na lista das universidades que mais se destacaram pelo baixo índice de procura, estão a UFPR (Universidade Federal de Pernambuco), a UFPA (Universidade Federal do Paraná), a UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) e a UFAC (Universidade Federal do Acre), com uma relação candidato/vaga de 10,9, 15,23, 11,92 e 6,42, respectivamente. (MAMONA, 2009, p.1)

Somente no ano de 2012 que o diploma voltou a ser exigido devido a aprovação do plenário do Senado sobre a emenda constitucional 33/2009, que estabelece a exigência do diploma de curso superior em jornalismo como requisito para o exercício da profissão de jornalista. O Jornalismo cumpre a função de interpretar a realidade social e contribuir para que cidadãos e cidadãs tenham acesso ao mundo que os cerca, contribuindo para o conhecimento, a discussão e o debate nas sociedades democráticas.

Assim como em quase todos os cursos, o jornalismo também conta com preceitos

éticos que regem a profissão. Segundo a Fenaj (2007, p.1) Art. 1º “O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação”.

O código de ética dos jornalistas brasileiros foi criado em 1949, com o objetivo de servir como base para todos os profissionais da área. Devido ao processo de desenvolvimento da informação muitos pontos alterados no ano de 2004, o que resultou em uma série de condutas que os jornalistas devem ter diante de situações da profissão.

Tudo aquilo que o jornalista escreve, deve partir de uma noção de relevância: o que o público considera importante, o que a população precisa saber. Seja em âmbito local, nacional ou internacional, esse deve ser um dos pontos de maior atenção, pois os veículos jornalísticos carregam, em si, a "missão" de informar corretamente e levar, ao público, o que ele não tem acesso completo.

Tendo em vista a importância desse documento, vale destacar o Capítulo III – Da responsabilidade profissional do jornalista, mais precisamente o Art. 8º presente no código de ética dos jornalistas brasileiros, que diz o seguinte: “O jornalista é responsável por toda informação que divulga, desde que o seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor.” (CÓDIGO DE ÉTICA, 1986, p.2).

O jornalista é responsável por tudo aquilo que ele repassa a comunidade, podendo responder legalmente por seus atos e com as consequências. As informações devem chegar ao público, com caráter de verdade e sem interesses próprios. Todos os artigos que fazem parte do código de ética são de extrema importância na hora de colocar e prática a profissão de jornalista e também está presente durante a formação acadêmica, visto que, desde os estudos somos estigados a compreender a importância que temos diante da comunicação social.

Vale ressaltar que cada veículo de comunicação possui sua linha editorial, que dita que tipo de acontecimentos receberão uma maior cobertura, por exemplo, mas sempre levando em consideração o papel fundamental do jornalista. O jornal “O Estado de S. Paulo” (Estadão) já conta com sua terceira edição do Manual de Redação e Estilo, onde é abordado algumas mudanças em relação a primeira edição feita em 1990.

Um manual de redação, livro de estilo ou manual de estilo é um guia de regras de estilo e padronização de um veículo de comunicação. Esses manuais nada mais são do que documentos internos, específicos de cada empresa, onde será padronizado as melhores maneiras de produzir conteúdos com o objetivo de obter-se uma característica própria do veículo. Isso não significa que o manual vai contra guias de língua portuguesa, mas sim, que ele conhece as

diferentes maneiras de escrever um texto, podendo assim, escolher a palavra que melhor se encaixa e deverá ser utilizada na escrita de seus materiais, reforçando uma padronização.

Na terceira edição do Manual de Redação e Estilo do Estadão, são apresentadas já no primeiro capítulo, as normas internas e de estilo do veículo, além disso, Eduardo Martins, autor do Manual de Redação do Estadão, dedicou 37 anos ao ofício de edição de textos no jornal, o que lhe permitiu registrar, aos poucos, os “erros mais comuns” e os padrões necessários.

A seguir será abordado sobre o estudo de caso proposto no início do trabalho, onde o portal Estadão servirá para exemplificar as mudanças que surgiram ao longo dos anos na profissão, além de ressaltar pontos importantes já citados ao longo do trabalho.

## 2.5 Case: Portal Estadão

### 2.5.1 Breve evolução do portal Estadão

Figura 1 - Print Screen do lançamento do Portal Estadão

**Portal estadao.com estreia hoje na televisão**

**Campanha da Talent Biz ressaltará a importância do conteúdo na Web**

O Grupo Estado lança oficialmente, neste domingo, oestadao.com.br, portal que reúne todo o conteúdo produzido pelo Grupo Estado - os jornais O Estado de S. Paulo (www.estado.com.br) e Jornal da Tarde (www.jt.com.br), a Agência Estado (www.agedado.com.br), a Rádio Eldorado (www.radioeldorado.com.br) e as Listas Ocup Estadão (www.listasocup.com.br). Em março, esses cinco endereços contabilizaram 55 milhões de acessos e receberam a visita de 5 milhões de usuários - números que fazem do portal um dos mais acessados do País na área de notícias.

A primeira fase da campanha publicitária, criada pela agência Talent Biz e que chega hoje à noite à TV, vai explorar a experiência e o pioneirismo da Agência Estado à credibilidade conquistada pelo Estadão ao longo de seus 125 anos de existência. Com a assinatura "Ou você tem conteúdo ou faz cara de quem tem", foram produzidos filmes, spots de rádio, além de anúncios para os mais importantes veículos do mercado.

A Internet também foi privilegiada na campanha, com um banner on-line desenvolvido pela Triade em parceria com a Agência Estado, que será veiculada nos principais sites de busca do País. Ao contrário dos banners fixos, normalmente usados na Web, eles trarão, além da marca estadao.com.br, notícias atualizadas on-line. O sistema possibilitará ao usuário que estiver fazendo uma busca sobre futebol, por exemplo, ler as últimas notícias esportivas.

Desenvolvido pela Agência Estado - maior agência de notícias do País e a primeira empresa de comunicação a se lançar na Internet brasileira -, o portal trará as edições completas dos jornais do grupo, além de conteúdos exclusivos para a Internet. A etapa seguinte inclui o lançamento de um site de listões.

Entre as áreas de maior destaque no portal estão os canais Últimas Notícias, Finanças Pessoais, Esportes, Divirta-se, Turismo, Tempo e Shopping, entre outros. Os classificados do Estadão também integram o portal. Nos próximos dias, novos sites chegarão ao portal. "Pelas suas próprias características, o estadao.com.br será um espaço em permanente construção", diz o diretor da Agência Estado, Rodrigo Mesquita. "Vamos oferecer um conteúdo extremamente atrativo para o meio digital, o que deve resultar em uma audiência alta e extremamente qualificada e, consequentemente, uma ótima alternativa para negócios", reforça o diretor-comercial do Grupo Estado, Roberto Mesquita.

Para o diretor de Marketing da empresa, Guilherme Sitelman, embora o conteúdo do portal contemple todas as empresas do grupo, a estratégia de comunicação usa, no nome do portal, uma marca consagrada. "A chance do Estadão transferir o prestígio da marca mais rapidamente ao portal, ao mesmo tempo em que este empresa modernidade à marca Estadão."

**Bolsas desabam ao mundo**

**Microsoft Justiça rejeita proposta do Governo**

**Portal do Grupo Estado: internauta terá notícias atualizadas**

Fonte: (ACERVO ESTADÃO, 2020, p.1)

Há quatro décadas atrás, no dia 20 de fevereiro de 1995, o Grupo Estado entrava na internet, lançando o portal como página principal de seus conteúdos na web. O acesso à rede mundial de computadores acabava de ser implantado no Brasil quando as notícias do jornal distribuídas pela Agência Estado passaram a ser publicadas no site World News. O serviço era

a versão digital do NewsPaper, produto até então distribuído por fax. Além da inovação de publicar no novo meio digital, o serviço trazia pela primeira vez um anúncio publicitário (do Unibanco) num site jornalístico brasileiro. Em poucos meses, as publicações do Estado seriam acessadas através de endereços próprios na web (LEITE, 2015).

Até então, as BBSs, redes localizadas, eram o que mais próximo se tinha de internet no País. Sendo assim, junto com a notícia, um texto suplementar explicava o que era a internet e a sua história, para que os leitores pudessem entender do que se tratava.

Em 1996, com o avanço das tecnologias, a contribuição aumentou para que as notícias pudessem ser postadas em tempo real, com uma rapidez, até então desconhecida.

A estreia do publicador aconteceu na Olimpíada de Atlanta, o que permitiu uma transmissão online inovadora dos acontecimentos esportivos. Da festa de abertura ao atentado a bomba, passando pelas conquistas das medalhas, tudo era informado em questão de minutos, padrão que seria estabelecido para as coberturas de qualquer assunto (LEITE, 2015, p.1).

Além disso, outro marco importante para o salto do Grupo Estado na internet foi em 1998, com a Copa do Mundo da França, onde pela primeira vez seria adotado o endereço “estadão.com.br”, que seria o início do modelo de portal de notícias que seria implementado somente dois anos depois.

Era tanta novidade que o anúncio publicado para apresentar o site aos leitores do jornal, dizia o seguinte: “Acesse o Estadão na Copa e viva a primeira cobertura de Copa pela internet em todos os tempos”.

No mesmo ano, as eleições presidenciais também contariam com um novo modelo de cobertura digital. Mesmo que a apuração dos votos, ainda não fossem tão rápidas como hoje em dia, era atualizada minuto a minuto com informações recebidas dos repórteres que acompanhavam os resultados nos tribunais eleitorais e centros de apuração.

Somente na virada do século que o portal Estadão.com.br estrearia o novo modelo que seria aprimorado até os dias atuais, com a incorporações das novas tecnologias, linguagem, ferramentas e outras inovações. (LEITE, 2015, p.1).

Desde então os avanços no portal de notícias não pararam, em 2018, o jornal O Estado de S. Paulo estreou a nova identidade visual de seu site. O projeto gráfico destacava às notícias mais importantes do momento e delimita seções fixas para a TV Estadão e reportagens especiais. As manchetes foram organizadas horizontalmente e as imagens ganharam maior

destaque. Já no mobile, as matérias foram disponibilizadas na vertical e carregam numa velocidade 20% maior do que antes, segundo informações do veículo.

Figura 2: Print Screen do novo layout do Portal



Fonte: (MEIO E MENSGEM, 2018, p.1) 1

A mais recente mudança foi em relação a modernização da marca para as plataformas digitais em 2020. Após 145 anos de tradição, a marca ganhou detalhes sutis, com o objetivo de deixar o logotipo mais “digital”. Tonalidade mais clara de azul para remeter as grandes marcas do setor de tecnologia, como o Google, tipologia mais leve e a mudança mais importante foi no Ex-Libris (marca), que é o principal símbolo do Estadão.

O Ex-Libris, que sempre foi posicionado à esquerda do nome do jornal, agora está à direita. Embora pareça um pequeno ajuste, de acordo com Márcia Esteves, presidente da agência de publicidade Lew’Lara/TBWA, “a ideia é mostrar que o jornal está andando para frente, olhando sempre para o futuro. É o grande convite que fica dentro do reposicionamento ‘Vem pensar com a gente’ (ESTADÃO, 2020).

Figura 03: Print Screen logo antiga do Estadão



Figura 04: Print Screen nova logo do Estadão



Fonte: (LEWLARA/ESTADÃO, 2020)

### 2.5.2 Análise do Portal

Após verificarmos as mudanças ocorridas ao longo dos anos no portal Estadão, para a análise será feita uma busca pelas principais características presentes no ciberjornalismo já abordado no trabalho, sendo elas a multimídia, hipertextualidade e a interatividade.

De acordo com FERRARI (2009, p.30-34), “para ser chamado de portal, um site precisa reunir certas características”, ou seja, uma variedade de conteúdos onde o usuário encontre, em uma mesma página, acesso a e-mail, vídeos, notícias, entretenimento, esportes, downloads, jogos, rádios, blogs, fotologs, sites de humor e informações sobre programação de TVs, entre outros serviços e ferramentas diversas, com intuito de atrair o máximo possível de audiência. Sendo assim, o portal Estadão, é considerado também um portal horizontal.

O Estado é um dos jornais referência do Brasil e o mais antigo jornal da cidade de São Paulo ainda em circulação. Devido a alta credibilidade do portal e seu pioneirismo no uso das novas técnicas digitais é que a análise poderá ser feita.

Embora o vasto conteúdo presente no portal seja de acesso limitado, uma vez que é necessário ser assinante para consumir os conteúdos, durante a pandemia em 2020, o Estadão e outros jornais retiraram o *paywall* dos artigos sobre o assunto, permitindo acesso gratuito a eles, o que de certa forma contribuiu para obter-se mais conhecimento e auxiliar no combate as *fake News*.

Geralmente, as matérias presentes no site contam com a multimídia, pois ligam o entretenimento e a informação, além da narração do fato jornalístico com imagens e vídeos, que são marcantes principalmente nos conteúdos de esporte.

Quando o assunto é saúde, a matéria vem ligada a hipertextualidade, contribuindo para um melhor empenho do leitor, com a presença dos *hiperlinks* que irão conduzir o usuário para novas leituras que poderão contribuir para o melhor entendimento do texto inicial. Além disso, a presença de infográficos também é marcante em matérias sobre saúde, uma vez que eles unem informações verbais e visuais, transmitindo dados e conceitos de uma forma fácil.

As informações presentes no portal são de grande variedade, o que permite maior interatividade com o leitor, pois esse ficará à vontade para escolher o que mais lhe agrada. Na seção de cultura, por exemplo, é possível conferir as principais novidades no mundo da moda, música, cinema, séries, as “últimas” que são as notícias mais recentes, gerando ao leitor uma sensação de liberdade.

Já vimos que o jornalismo precisa acompanhar os avanços tecnológicos, mas sem deixar com que seu maior objetivo se perca diante das novas redes. Afinal, como fazer um jornalismo sem perder a credibilidade diante do vasto campo das redes sociais?

O Estadão está presente nas principais redes sociais, incluindo a rede do momento, o TikTok. Em cada uma delas, o jornal tenta se adequar as linguagens e diferentes maneiras de expressão, com o objetivo de gerar a interação. Para dar continuidade, iremos agora analisar o perfil do jornal nas redes sociais.

O perfil do Instagram conta com 2 milhões de seguidores, e uma característica marcante nesse perfil é o dinamismo. A interação com os seguidores é também uma forma de destaque para passar as notícias, como no caso das caixinhas de perguntas (nos stories), com grande movimentação. Utilizam também o *Reels*, que é um recurso do Instagram para gravar vídeos curtos de até 60 segundos, uma grande “sacada” para conseguir passar informação e

conhecimento em pouco tempo, já que a geração Z (nascidos entre meados dos anos 1990 até início do ano de 2010) não conseguem focar em conteúdos longos.

No Brasil, atualmente, 30 milhões de jovens adultos, adolescentes e crianças configuram a geração Z. De acordo com uma pesquisa divulgada pelo *Statistic Brain Research Institute*, o tempo médio de atenção dessa parcela da população é de apenas oito segundos, o que torna difícil de se manter o foco por longos períodos. Por isso, o vídeo curto vem ganhando território em relação à leitura, sendo mais interessante que uma imagem estática. (ALVES, 2019, p.1)

Já no recurso dos “destaques”, ficam as notícias relevantes do momento, sobre as vacinas, CPI da Covid, o “Estadão Verifica” que é para combater as fake News, “aquele assunto” que fala sobre educação sexual, assuntos que de certa forma interessam os usuários da rede.

O conteúdo é diversificado, assim como no site, com publicação de artes simples, mas seguem sempre o padrão da neutralidade nas cores e legenda e destaque nas fotos (ilustração). A introdução das matérias são curtas e objetivas, para dar destaque ao acesso ao site com o uso da pirâmide invertida e palavras de fácil entendimento, porém, formal, que creditam a matéria.

Na plataforma do TikTok, adota uma linguagem mais informal e vídeos com edição sem padronizações. Exemplo da bio: “O big state também é tiktoker.” Atuam também no Twitter, onde o número de seguidores é maior, sendo 7 mil seguidores e seguimento mais sério (formal). Não há interação com seguidores e a linguagem utilizada é simples de fácil entendimento, com destaque maior para as fotos.

Diante dessas análises, chegou-se a algumas conclusões sobre o portal: há muitos links internos, imagens, infográficos, vídeos que variam entre as editorias e as ferramentas interativas que se repetem em quase todos os canais. É possível notar uma linguagem de fácil entendimento, com a presença de elementos que auxiliam nessa questão. Além disso, a variedade dos assuntos possibilita ao leitor ir de encontro com que lhe agrada.

### 3 CONCLUSÃO

Este trabalho pretendeu entender os desafios do jornalismo no ciberespaço para ressaltar a importância do jornalismo em renovar e se readaptar conforme o avanço das tecnologias, mudando as maneiras de levar informação, com o desafio de manter a qualidade e a transparência a partir do estudo de caso do portal Estadão.

Além disso, a liberdade presente nas redes de certa forma abalou o meio jornalístico. A produção de conteúdo noticioso se descentralizou e, hoje, as pessoas cada vez mais participam da comunicação social. Por isso, a necessidade de ter uma formação acadêmica precisou ser destacada, uma vez que é necessário entender todos os preceitos e a ética que envolve a profissão.

Para atingir uma compreensão sobre as mudanças enfrentadas com as convergências midiáticas, definiu-se objetivos específicos. O primeiro buscou analisar a estrutura do ciberespaço. Verificou-se as definições dos tipos de sites presente no meio digital, com destaque maior para os portais e as redes sociais. Depois foi hora de apurar sobre as características do ciberjornalismo, a fim de amparar a análise sobre o portal Estadão.

Com isso, a hipótese do trabalho de que a liberdade concedida pela internet permite ao jornalismo mais interatividade com o leitor se confirmou com a presença do jornal nas redes sociais, podendo identificar as principais características do ciberjornalismo, sendo elas a interatividade, hipertextualidade e a multimídia.

Sendo assim, é possível fazer um jornalismo moderno, sem perder a qualidade e a credibilidade, independente do meio inserido. Uma das maiores dificuldades encontradas ao analisar o portal foi em relação ao conteúdo Paywall, o que de certa forma exclui alguns grupos da sociedade, impedindo o fácil acesso à informação. Em contrapartida, as redes sociais conseguem abranger um público maior, principalmente no Instagram e no Tik Tok, com os vídeos curtos, que levam conhecimento em pouco tempo.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Lucas. **Vídeos curtos, o conteúdo do futuro**. 2019. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniaio/2019/10/22/videos-curtos-o-conteudo-do-futuro.html>> Acesso em: 22 set. 2021

ANDRADE, Maria. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. São Paulo, SP: Atlas, 2010, p.25

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. **I Congresso Ibérico de Comunicação**, Universidade da Beira Interior, 2001.  
FERNANDES, Rudy.

**Hipertextualidade:** Característica que tem como função, facilitar o leitor a ter interatividade e dinâmica ao acessar a rede. Disponível em <<https://medium.com/esquinaonline/hipertextualidade-45538eb4bfff>> Acesso em: 22 set.2021  
FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 3ª. Edição. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

HOEWELL, Gabriel. **A narrativa multimídia no ciberjornalismo: uma análise de “Rota 66, a confissão”**. Porto Alegre [s.n], 2015. p. 22-29; 3. Disponível em <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/125954/000971848.pdf?sequence=1>> Acesso em: 13 ago. 2021

LEVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. 264 p.

LEITE, Edmundo. **Há 20 anos, Grupo Estado entrava na internet**. [S.l.] 2015. Disponível em:<<http://m.acervo.estadao.com.br/noticias/acervo,ha-20-anos--grupo-estado-entrava-na-internet,10781,0.htm>> Acesso em: 22 set. 2021

NICOLA, Ricardo. **Cibersociedade: quem é você no mundo on-line?** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004, p.26

O ESTADO DE S. PAULO. ESTADÃO moderniza marca, que fica mais digital: mudanças sutis na logomarca da empresa vem na estreia da campanha ‘Vem pensar com a gente.’ **Estadão**, São Paulo, 2020.  
Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,estadao-moderniza-marca-que-fica-mais-digital,70003409454>> Acesso em: 28 set. 2021

PALACIOS, Marcos et al. **Um Mapeamento de Características e Tendências no Jornalismo Online Brasileiro e Português**. 2002.

SILVA, Taziane; TEIXEIRA, Talita; FREITAS, Sylvia. **Ciberespaço: uma nova configuração do ser no mundo**. Belo Horizonte: [s.n], 2015. Disponível em

<[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-11682015000100012](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682015000100012)>  
Acesso em: 10 ag. 2021