



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS CAMPINA GRANDE- PB  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
DEPARTAMENTO COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO**

**RILLERY KEISY VENÂNCIO VIEIRA**

**ENTRE LIKES E MANCHETES: A NOVA LINGUAGEM DO JORNALISMO PARA  
ATINGIR GERAÇÕES DIGITAIS**

**CAMPINA GRANDE- PB**

**2025**

**RILLERY KEISY VENÂNCIO VIEIRA**

**ENTRE LIKES E MANCHETES: A NOVA LINGUAGEM DO JORNALISMO PARA  
ATINGIR GERAÇÕES DIGITAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)  
apresentado a/ao Coordenação  
/Departamento do Curso de Jornalismo da  
Universidade Estadual da Paraíba, como  
requisito parcial à obtenção do título de  
Bacharelado ou Bacharel em Jornalismo

**Orientador:** Prof. Kleyton Jorge Canuto

**CAMPINA GRANDE, PB**

**2025**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto em versão impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que, na reprodução, figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

V658e Vieira, Rillery Keisy Venâncio.

Entre likes e manchetes: a nova linguagem do jornalismo para atingir gerações digitais [manuscrito] / Rillery Keisy Venâncio Vieira. - 2025.  
26 f. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2025.

"Orientação : Prof. Dr. Kleyton Jorge Canuto, Departamento de Comunicação Social - CCSA".

1. Jornalismo. 2. Informação. 3. Redes sociais. I. Título

21. ed. CDD 302.2

**RILLERY KEISY VENÂNCIO VIEIRA**

**ENTRE LIKES E MANCHETES: A NOVA LINGUAGEM DO JORNALISMO PARA  
ATINGIR GERAÇÕES DIGITAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Coordenação do Curso  
de Jornalismo da Universidade  
Estadual da Paraíba, como requisito  
parcial à obtenção do título de  
Bacharela em Jornalismo

Aprovada em: 03/06/2025.

**BANCA EXAMINADORA**

Documento assinado eletronicamente por:

- **Fernando Firmino da Silva** (\*\*\*.070.164-\*\*), em 19/06/2025 00:11:38 com chave 1d282a144cbb11f0aeb11a7cc27eb1f9.
- **Kleyton Jorge Canuto** (\*\*\*.938.564-\*\*), em 18/06/2025 22:23:12 com chave f744039a4cab11f0bcfc1a7cc27eb1f9.
- **Antonio Simões Menezes** (\*\*\*.581.453-\*\*), em 23/06/2025 16:18:15 com chave d00da2a4506611f0bdae1a7cc27eb1f9.

Documento emitido pelo SUAP. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QrCode ao lado ou acesse [https://suap.uepb.edu.br/comum/autenticar\\_documento/](https://suap.uepb.edu.br/comum/autenticar_documento/) e informe os dados a seguir.

**Tipo de Documento:** Folha de Aprovação do Projeto Final

**Data da Emissão:** 01/07/2025

**Código de Autenticação:** 6057a6



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	6
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	7
<b>2.1 A influência das redes sociais no consumo de notícias pela geração jovem</b>	7
<b>2.2 Estratégias de comunicação nas redes sociais e a abertura do novo modelo de jornalismo nas redes sociais</b>	10
<b>2.3 A linguagem nas redes sociais e impactos na comunicação</b>	12
<b>2.4 Redes sociais e a nova paisagem do jornalismo: amplificação ou transformação?</b>	14
<b>3 METODOLOGIA</b>	16
<b>4 ANÁLISE E DISCUSSÕES</b>	17
<b>5 CONCLUSÃO</b>	22
<b>REFERÊNCIAS</b>	24

## ENTRE LIKES E MANCHETES: A NOVA LINGUAGEM DO JORNALISMO PARA ATINGIR GERAÇÕES DIGITAIS

Rillery Keisy Venâncio Vieira<sup>1</sup>

### RESUMO

O avanço das redes sociais revolucionou a forma como as notícias são produzidas, disseminadas e consumidas, especialmente entre os jovens, com a ascensão de plataformas digitais, o jornalismo precisou se adaptar a um novo modelo de comunicação, mais dinâmico, visual e interativo. Esse fenômeno exige que jornalistas e veículos tradicionais reformulem suas estratégias para alcançar um público cada vez mais conectado e acostumado a consumir informações de maneira instantânea e segmentada. No entanto, essa nova dinâmica também trouxe preocupações, como a propagação de *fake news* e a dificuldade de manter a credibilidade da informação em meio a um ambiente digital saturado por conteúdos diversos. Diante desse contexto, este trabalho tem como objetivo analisar a influência das redes sociais no consumo de notícias pela geração jovem, investigando como essas plataformas impactam a dinâmica do jornalismo contemporâneo. Para atingir esses objetivos foi realizado o método de revisão bibliográfica. Os resultados indicam que, embora as redes sociais tenham ampliado o alcance da informação, elas também impuseram desafios significativos para a produção jornalística, visto que existe uma necessidade de adaptar a linguagem e os formatos para diferentes mídias digitais com a mesma credibilidade. Conclui-se que o jornalismo está passando por uma transformação estrutural, em que a adaptação às novas dinâmicas digitais é essencial, é necessário o equilíbrio entre inovação tecnológica e compromisso com a veracidade dos fatos.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Informação; Redes Sociais; Inovação.

### ABSTRACT

The advance of social networks has revolutionized the way news is produced, disseminated and consumed, especially among young people. With the rise of digital platforms, journalism has had to adapt to a new model of communication that is more dynamic, visual and interactive. This phenomenon requires journalists and traditional media outlets to reformulate their strategies in order to reach an audience that is increasingly connected and used to consuming information in an instant and segmented way. However, this new dynamic has also raised concerns, such as the spread of fake news and the difficulty of maintaining the credibility of information in a digital environment saturated with diverse content. Given this context, this paper aims to analyze the influence of social networks on news consumption by the young generation, investigating how these platforms impact the dynamics of contemporary journalism. In order to achieve these objectives, the method of bibliographic review was chosen. The results indicate that although social networks have expanded the reach of information, they have also imposed significant challenges for journalistic production, since there is a need to adapt language and formats to different digital

<sup>1</sup>media with the same credibility. The conclusion is that journalism is undergoing a structural transformation, in which adaptation to the new digital dynamics is essential, and a balance is needed between technological innovation and a commitment to the truthfulness of the facts.

**Keywords:** Journalism; Information; Social Networks; Innovation

---

<sup>1</sup> Rillery Keisy Venâncio Vieira, acadêmica de jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba.  
rillery.vieira@aluno.uepb.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as redes sociais se consolidaram como o principal meio de comunicação e consumo de informações para grande parte da população, especialmente os jovens<sup>2</sup>. O avanço das tecnologias da informação e comunicação proporcionou uma transformação significativa no jornalismo, alterando não apenas os formatos de divulgação das notícias, mas também a maneira como o público interage com as informações. A ascensão de plataformas como Instagram, redefiniu os hábitos de consumo de notícias, promovendo novas dinâmicas de engajamento e acesso à informação (Bordignon; Bonamigo, 2017).

Neste contexto, os veículos jornalísticos tradicionais enfrentam desafios para se manterem relevantes e confiáveis em meio à disseminação de conteúdos produzidos por usuários e influenciadores digitais. A crescente influência dos algoritmos na personalização do consumo de notícias tem levado à formação das chamadas “bolhas informativas”, limitando a exposição do público a diferentes perspectivas e afetando a pluralidade do debate público. Além disso, a proliferação de desinformação e *fake news* nas redes sociais compromete a credibilidade das informações e desafia os jornalistas a desenvolverem estratégias para garantir a disseminação de conteúdos verificados e de qualidade (Valiati; Silveira, Breda, 2021).

Diante desse cenário, este trabalho tem como objetivo analisar a influência das redes sociais na produção de notícias, estudar a influência das redes sociais no consumo de notícias pela geração jovem, investigando os impactos dessas plataformas na dinâmica do jornalismo contemporâneo e explorando as características do novo modelo de jornalismo nas redes sociais. A pesquisa busca compreender como essas mídias digitais afetam a forma como os jovens acessam, consomem e interpretam as informações, considerando as transformações nos hábitos comunicacionais dessa geração. Além disso, pretende-se discutir as estratégias de comunicação utilizadas pelos jornalistas para se adaptar a esse ambiente digital, bem como avaliar o papel da linguagem informal e visual na construção das mensagens jornalísticas nas redes. A análise também visa

---

<sup>2</sup> A faixa etária para designar a população jovem, em geral, é de 15 a 29 anos.

compreender se as redes sociais amplificam ou transformam o jornalismo tradicional, refletindo sobre os desafios impostos pelos algoritmos, pela desinformação e pela formação de bolhas informativas.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 A influência das redes sociais no consumo de notícias pela geração jovem**

De acordo com Lira *et al.* (2017) o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e sua incorporação no cotidiano das pessoas transformaram profundamente a sociedade moderna, moldando-a em sua configuração atual. Com a expansão da internet, o compartilhamento de conhecimento e a disseminação de aspectos culturais ocorrem em uma velocidade antes inimaginável, alcançando todas as partes do mundo. Originalmente criada com o propósito de preservar informações e garantir sua disponibilidade mesmo diante de possíveis perdas no ambiente físico, a rede foi rapidamente adotada por indivíduos globalmente.

Nesse ponto, autores como Manuel Castells e Pierre Lévy apresentaram uma visão otimista sobre a internet, destacando seu potencial de democratização da informação, expansão do conhecimento coletivo e fortalecimento das redes colaborativas. Para Castells (2003) a internet constitui uma nova forma de organização social baseada em redes, enquanto Lévy (1999) defende que o ciberespaço amplia a inteligência coletiva e promove novas formas de aprendizagem e interação social.

Dito isto, entende-se que os avanços em tecnologia e a modernização de dispositivos e plataformas trouxeram uma nova era de interação e comunicação instantânea. A internet desempenhou um papel central ao derrubar fronteiras geográficas, remodelando a forma como as pessoas se conectam e permitindo que criadores de conteúdo emergissem no espaço digital, superando os limites impostos pelos meios de comunicação convencionais. Nesse contexto, os aplicativos de redes sociais se destacaram como peças fundamentais dessa revolução (Silva; Tassarolo, 2016).

As redes sociais têm transformado profundamente os hábitos de consumo de informação, especialmente entre os jovens, e alterado a relação com veículos jornalísticos. Segundo Moreno *et al.* (2018, p. 561) elas funcionam como uma "câmara de amplificação" do trabalho jornalístico, oferecendo recursos que ajudam as empresas a estreitar os laços com seus públicos. Assim, é imprescindível que os meios de comunicação se reinventem e elaborem estratégias alinhadas às dinâmicas dessas plataformas para garantir sua presença e relevância no cenário atual.

Para Valiati, Silveira e Breda (2021) a mudança no paradigma da comunicação impactou profundamente os jovens, tornando-os menos inclinados a consumir notícias por meio dos veículos tradicionais. As redes sociais ganharam protagonismo nesse cenário, sendo amplamente utilizadas por essa faixa etária como principal fonte de informações. Entre essas plataformas, algumas se destacam pela capacidade de promover conexões, interações e compartilhamento de conteúdos, consolidando-se como espaços relevantes para engajamento e aproximação com o público jovem. Essas redes se tornaram, assim, ferramentas indispensáveis para acompanhar as dinâmicas e preferências dessa geração, que valoriza a interação rápida e a acessibilidade na busca por informação.

Ainda assim, para Santos e Prudente (2024) muitos jornalistas mantêm uma certa resistência em relação às redes sociais, principalmente devido a preocupações com a confiabilidade das informações, a dificuldade de controlar a narrativa e o risco de comprometer a credibilidade jornalística em um ambiente digital repleto de opiniões e conteúdos variados.

Um exemplo do poder das redes sociais no consumo de notícias pela geração jovem é o Instagram, que já conta com mais de um bilhão de usuários ativos globalmente, tornou-se uma das plataformas preferidas entre os jovens. Desde sua aquisição pelo Facebook em 2012, a rede social lançou diversas funcionalidades, como os *Stories* e o *Reels*, que ampliaram seu alcance e consolidaram sua posição no cenário digital. No entanto, apesar de sua popularidade, o uso do Instagram e de outras redes sociais para o consumo de notícias levanta questionamentos importantes sobre os impactos dessa dinâmica no jornalismo e no comportamento dos usuários (Valiati; Silveira, Breda, 2021).

Ao contrário dos veículos de comunicação tradicionais, as redes sociais não foram desenvolvidas com o propósito de disseminar notícias de forma imparcial. O conteúdo exibido aos usuários é moldado por algoritmos que priorizam suas preferências e comportamentos, o que muitas vezes resulta no chamado fenômeno das "bolhas informativas". Nesse ambiente, os indivíduos tendem a consumir apenas informações que reforçam suas opiniões, dificultando o acesso a visões alternativas e a uma cobertura mais ampla e equilibrada dos fatos (Santos; Prudente, 2024).

Conforme Costa e Simas (2021) para o jornalismo, essa lógica algorítmica representa um desafio significativo, visto que a perda de controle sobre a narrativa, a dificuldade em assegurar a veracidade das informações e o risco de minar a credibilidade jornalística em um espaço saturado por opiniões e conteúdos superficiais são pontos de preocupação. Além disso, o afastamento dos jovens dos veículos tradicionais evidencia a necessidade de adaptação do jornalismo às novas dinâmicas de consumo, sem abrir mão de seus princípios fundamentais, como a imparcialidade e a pluralidade.

As redes sociais, embora ampliem o alcance da informação, trazem consigo riscos ao transformar a notícia em um produto ajustado às preferências individuais. Nesse cenário, cabe aos jornalistas e produtores de conteúdo buscar estratégias que reconciliem a presença digital com o compromisso ético de informar de forma responsável e completa, superando os desafios de um ambiente digital cada vez mais fragmentado (Costa; Simas, 2021).

Além disso, segundo Recuero e Zago (2016) plataformas não apenas ampliam o acesso à informação, mas também potencializam a construção de capital social por meio da reputação digital. Publicações com conteúdo informativo de qualidade podem gerar visibilidade, reconhecimento e até influência dentro da rede, valores que se tornam estratégicos para jornalistas e veículos de mídia. Isso reforça a ideia de que, mais do que apenas espaço de circulação de notícias, as redes sociais passaram a integrar o próprio processo de legitimação informacional, especialmente entre jovens usuários que valorizam a rapidez, a originalidade e a credibilidade na curadoria de conteúdos.

## **2.2 Estratégias de comunicação nas redes sociais e a abertura do novo modelo de jornalismo nas redes sociais**

Para Miguel (2022) existe um grande impacto das novas tecnologias da informação na reconfiguração do jornalismo e na forma como o público consome notícias. Tradicionalmente, o jornalismo operava como um sistema perito, no qual os consumidores confiavam na credibilidade dos meios de comunicação sem necessariamente terem os conhecimentos técnicos para avaliá-los. No entanto, com o avanço das redes sociais e da internet, esse monopólio da informação foi dissolvido, ampliando a concorrência no espaço discursivo e diversificando as fontes de notícia.

Uma das principais consequências dessa transformação é a fragmentação do debate público. Em vez de promover a ampliação da diversidade de opiniões e perspectivas, a internet e as redes sociais favoreceram a criação de bolhas informacionais e câmaras de eco, onde os usuários são expostos predominantemente a conteúdos que reforçam suas crenças pré-existentes. Esse fenômeno, somado à disseminação da desinformação e ao enfraquecimento dos critérios compartilhados de validação dos fatos, contribui para o que é chamado de "pós-verdade" – um cenário onde a veracidade das informações é constantemente questionada e relativizada (Miguel, 2022).

Segundo Justino (2017) o jornalismo profissional enfrenta uma crise financeira significativa. Com o declínio das assinaturas e da publicidade tradicional, os veículos de comunicação buscam novas formas de monetização, mas enfrentam a concorrência de conteúdos gratuitos e de plataformas digitais que capturam grande parte das receitas publicitárias. A pressão por audiência também leva à adoção de estratégias mais sensacionalistas, o que pode comprometer a qualidade da informação.

Dessa forma, é evidente que para enfrentar esses desafios, o jornalismo precisa se reinventar, buscando novas formas de financiamento para o jornalismo tradicional e buscar através das redes sociais formas para comunicação com o público de forma igualitária, pois se entende que o futuro do jornalismo dependerá de sua capacidade de adaptação a esse novo ambiente comunicacional,

equilibrando a busca por audiência com o compromisso com a qualidade e a veracidade da informação (Lima, 2022).

Conforme Justino (2017) embora a internet seja, muitas vezes, considerada um tema explorado na pesquisa científica, seus impactos no jornalismo continuam a se desdobrar de maneiras cada vez mais complexas. A internet, composta por uma rede global interconectada, oferece múltiplas possibilidades de comunicação e interação, das quais o jornalismo é um elemento essencial.

Nesse cenário, as redes sociais precisam ser encaradas como algo além de simples ferramentas digitais. Elas representam uma nova cultura de comunicação, que exige uma abordagem estratégica por parte do jornalismo. É fundamental que o setor compreenda seu papel dentro desse contexto e repense suas práticas, adaptando-se às dinâmicas e comportamentos desses ambientes virtuais (Silva; Rocha; Soares, 2018).

Um ponto importante a ser destacado é que muitos dos temas que ganham destaque nas redes sociais têm sua origem em veículos de comunicação tradicionais. Isso evidencia que as redes sociais não apenas amplificam as pautas jornalísticas, mas também moldam novas formas de acessar, produzir, distribuir e repercutir informações. Esse novo panorama exige que o jornalismo evolua continuamente, acompanhando as mudanças tecnológicas e culturais que redefinem a maneira como consumimos e interagimos com a informação (Silva; Rocha; Soares, 2018).

De acordo com Costa e Carvalho (2021) o novo modelo de jornalismo nas redes sociais se baseia em diversas estratégias de comunicação que permitem uma maior interação com o público e uma adaptação às novas dinâmicas digitais. A convergência midiática é uma das principais estratégias, pois envolve a distribuição de conteúdos jornalísticos em múltiplas plataformas, como sites, redes sociais, podcasts e vídeos.

Outra estratégia fundamental é a interatividade e o engajamento, dado que as redes sociais possibilitam uma comunicação mais direta entre jornalistas e leitores. Os veículos de comunicação devem incentivar debates, responder a comentários e promover enquetes para estimular a participação do público. Dessa forma, a notícia

deixa de ser apenas um conteúdo estático e se torna parte de uma conversa entre os produtores de informação e a audiência (Costa; Carvalho, 2021).

Além disso, uma importante estratégia para a personalização de conteúdo também se tornou uma prática essencial no jornalismo digital. O uso de algoritmos e análise de dados permite que os veículos ofereçam notícias segmentadas, direcionadas aos interesses específicos de cada usuário. Isso torna a experiência de consumo de informação mais relevante e aumenta as chances de engajamento (Costa; Carvalho, 2021).

### **2.3 A linguagem nas redes sociais e impactos na comunicação**

De acordo com Melo (2019) existe uma influência da linguagem das redes sociais na comunicação e nos processos de escrita, especialmente entre os jovens. Com o crescimento da internet e das redes sociais, novos modelos linguísticos surgiram, como o chamado "internetês", caracterizado pelo uso de abreviações, emojis e expressões informais. Esses elementos tornam a comunicação mais dinâmica e acessível, mas também levantam preocupações sobre seu impacto na escrita formal.

Além disso, a linguagem digital reflete uma transformação na comunicação humana, que se tornou mais interativa e veloz. As redes sociais não apenas modificaram a escrita, mas também a maneira como as pessoas se relacionam com a informação e participam do debate público. Nesse sentido, o jornalismo também precisa se adaptar a essa nova realidade, explorando linguagens mais acessíveis, formatos multimídia e interatividade com o público para garantir a disseminação de informações de qualidade (Melo, 2019).

Segundo Doretto (2019) a linguagem nas redes sociais evolui para atender à maneira como os jovens consomem e compartilham informações. Nas plataformas digitais, prevalece uma comunicação visual, dinâmica e direta, que difere consideravelmente do tom formal de mídias tradicionais como jornais e revistas. Este novo formato apresenta desafios e oportunidades para o jornalismo, que precisa se adaptar às expectativas de um público acostumado à instantaneidade e à interatividade.

A principal característica da linguagem para jovens nas redes é a sua informalidade e acessibilidade. Emojis, gírias, memes e elementos visuais substituem, muitas vezes, o discurso escrito ou falado em sua forma tradicional, essa comunicação ágil se mostra essencial em plataformas como TikTok e Instagram, que privilegiam vídeos curtos e conteúdo viral, alterando os padrões clássicos do jornalismo (Doretto, 2019).

As redes também promovem uma participação mais ativa do público jovem no jornalismo. Ferramentas interativas, como comentários, enquetes e lives, facilitam o diálogo entre os consumidores de notícias e os produtores de conteúdo. O TikTok, por exemplo, tem sido usado como meio de conectar jornalistas a jovens que buscam entender temas complexos em formato simplificado e engajador (Pereira; Monteiro, 2021).

Entretanto, o uso da linguagem informal deve ser equilibrado, embora aproxime os jovens, o jornalismo não pode perder sua credibilidade. Há uma linha tênue entre tornar a informação acessível e desrespeitar sua profundidade. Aqui, a adaptação ao público sem comprometer os padrões éticos se torna um desafio fundamental para os profissionais (Quintino; Simões, 2024).

Além disso, as redes sociais têm tornado o jornalismo mais inclusivo e diverso. Jovens que antes se sentiam excluídos das mídias tradicionais agora encontram conteúdos pensados para eles, em formatos e abordagens que se alinham às suas experiências e realidades, esse movimento não só amplia o alcance do jornalismo, mas o reinventa para se conectar com novos públicos (Quintino; Simões, 2024).

Outro aspecto relevante é a velocidade com que informações circulam nas redes. Para jovens jornalistas, isso significa que é necessário acompanhar tendências e hashtags para inserir seus conteúdos no contexto em tempo real. Ferramentas como “*green screen*” ou “*stories*” ajudam a conectar notícias a temas do momento, aumentando a relevância do conteúdo (Pereira; Monteiro, 2021).

Um exemplo marcante do impacto das redes sociais está no combate às fake news. O público jovem, embora mais conectado, é alvo frequente de desinformação. Plataformas como o TikTok têm mostrado como mensagens simples e visuais podem desmontar boatos e incentivar o consumo crítico da informação. Assim, o jornalismo

se posiciona como uma solução moderna para um problema atual (Baiense *et al.*, 2016).

Além disso, é relevante pontuar que a flexibilidade das redes também cria oportunidades para experimentação no jornalismo. Por meio de vídeos, podcasts ou infográficos interativos, jovens jornalistas podem testar novos formatos e linguagens. Essa liberdade permite que notícias complexas, como ciência ou economia, sejam abordadas com criatividade e dinamismo, alcançando um público que normalmente as ignoraria (Baiense *et al.*, 2016).

Por outro lado, as redes sociais demandam habilidades digitais que vão além da formação tradicional dos jornalistas, um exemplo disso é a adição de novos profissionais como editores de vídeo junto com repórteres para criar conteúdos otimizados para plataformas digitais. A linguagem técnica e multimídia complementa o *storytelling* jornalístico e aproxima os jovens do que antes parecia distante (Baiense *et al.*, 2016).

#### **2.4 Redes sociais e a nova paisagem do jornalismo: amplificação ou transformação?**

Conforme Franciscato (2014) a ascensão das redes sociais têm colocado o jornalismo em um dilema de transformação ou ampliação. A presença digital gera oportunidades para alcançar públicos antes inacessíveis, mas também exige adaptações em linguagens e formatos. Embora algumas práticas se adequem ao universo digital sem mudar sua essência, muitas outras estão redefinindo a própria natureza do jornalismo.

Na perspectiva de ampliação, as redes sociais são um complemento para as práticas tradicionais. Jornalistas podem divulgar conteúdos amplamente, interagir com o público e disseminar informações em tempo real, este modelo é um meio importante para reforçar práticas jornalísticas preexistentes, mas com maior alcance e engajamento (Franciscato, 2014).

Por outro lado, há argumentos contundentes para enxergar a transformação do jornalismo nas redes. Ferramentas como hipertextos, formatos multimídia e algoritmos têm mudado não apenas a estética, mas também as rotinas de produção.

Processos como *datamining* e *storytelling* digital passaram a ocupar lugar relevante nas redações modernas (Jorge, 2017).

A descentralização das vozes é um aspecto transformador, os usuários, sendo a maioria a população mais jovem, agora participam como produtores de notícias, ajudando a construir e verificar informações. Essa "desintermediação" altera o papel tradicional do jornalista, promovendo uma colaboração inédita, mas desafiando a verificação de credibilidade e autoridade jornalística, surgindo então uma grande transformação não vista anteriormente no meio jornalístico (Pellanda *et al.*, 2017).

Outro ponto de debate é o impacto das *fake news*. As redes sociais amplificam a disseminação de desinformação, exigindo dos jornalistas não só apuração maior e cada vez mais detalhada, mas também estratégias proativas para desmontar boatos. Assim, o jornalismo se adapta para combater novos desafios que não existiam no modelo tradicional (Jorge, 2017).

Há quem veja as mudanças como um fenômeno de mutação como um elo entre ampliação e transformação do jornalismo. Nesse contexto, o jornalismo seria um organismo em evolução, passando de práticas analógicas para um ecossistema digital integrado, essas alterações vão além da superfície, modificando profundamente a forma como as notícias são criadas, distribuídas e consumidas (Pellanda *et al.*, 2017).

Contudo, na convergência de amplificação e transformação, destaca-se a evolução do consumo de conteúdo. O público jovem prefere informações curtas, visuais e interativas. Redes como *TikTok* e *Instagram* transformam a notícia em algo imersivo, muitas vezes distante do texto analítico convencional. Assim, o debate sobre ampliação ou transformação é mais que teórico, ou seja, ele molda o futuro do jornalismo. Não se trata apenas de adicionar ferramentas digitais à prática existente, mas de redesenhar o jornalismo como um todo, acomodando novas exigências da sociedade digital (Lima, 2022).

Nesse contexto, a perspectiva de Recuero e Zago (2016) sobre a existência de duas redes distintas nas mídias sociais, uma de filiação e outra emergente, ajuda a compreender como o jornalismo pode operar em diferentes esferas digitais. A rede de filiação, composta por seguidores, é responsável pela amplificação da informação

e pelo fortalecimento da popularidade e visibilidade. Já a rede emergente, construída a partir de interações conversacionais efetivas, reforça laços sociais e reputação por meio do engajamento ativo. Essas duas dimensões do capital social digital se mostram fundamentais para compreender como os jovens interagem com o jornalismo nas redes, valorizando tanto o conteúdo quanto o vínculo estabelecido com o emissor.

### **3 METODOLOGIA**

O presente trabalho de conclusão de curso utiliza um método de pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa, além disso, o trabalho é uma revisão de literatura com observação de estudos. Conforme destaca Cardano (2017) a pesquisa bibliográfica com a abordagem qualitativa tem como finalidade estudar uma problemática a partir da análise de materiais já publicados, tais como livros, artigos científicos, dissertações, teses e outros documentos pertinentes ao tema investigado. Essa abordagem permite compreender conceitos, teorias e perspectivas existentes na literatura, contribuindo para a fundamentação teórica do estudo e assim respondendo aos objetivos do trabalho.

Para a elaboração da fundamentação teórica, foi realizada uma revisão da literatura em bases de dados científicas incluindo SciELO<sup>3</sup> (Scientific Electronic Library Online). As principais palavras-chave utilizadas nas bases de dados foram: jornalismo digital, redes sociais, consumo de notícias, comunicação digital e fake news.

Foram considerados estudos publicados entre 2014 até 2025, o recorte do período de tempo foi definido por abranger um período de muitas transformações no cenário da comunicação digital, marcado pela consolidação das redes sociais como principais fontes de acesso à informação, especialmente entre os jovens. A partir de 2014, observa-se um crescimento significativo no uso de plataformas como Facebook, WhatsApp e Instagram, que passaram a desempenhar um papel na difusão de notícias. Esse período também inclui eventos que evidenciaram a

---

<sup>3</sup> <https://www.scielo.br/>

influência das mídias digitais na opinião pública, como a disseminação de *fake news* e o impacto da pandemia da COVID-19, a partir de 2020, que acelerou ainda mais a digitalização dos meios de comunicação. Além disso, entre 2022 e 2025, verifica-se o fortalecimento de novas plataformas, como o TikTok, e o crescimento da atuação de influenciadores digitais na mediação de conteúdos noticiosos (importante pontuar que quando necessário foi citado trabalhos mais antigos de autores referência como Raquel Recuero), a seleção dos artigos incluiu aqueles que abordam o impacto das redes sociais no consumo de notícias, a transformação do jornalismo digital e o papel das novas mídias na difusão da informação, principalmente a influência desse novo jornalismo para os jovens. Além disso, foram priorizados estudos disponíveis em português.

Foram excluídos artigos que não tratam especificamente da relação entre jornalismo e redes sociais, bem como aqueles sem revisão por pares ou provenientes de fontes não acadêmicas. Trabalhos duplicados nas bases de dados analisadas também foram descartados, assim como estudos com enfoque técnico ou que não dialogam diretamente com os objetivos desta pesquisa.

Após a busca inicial, realizou-se uma triagem baseada na leitura dos títulos e resumos para refinar a amostra. Foram pré-selecionados 30 artigos científicos, e, após a análise crítica do conteúdo integral, 21 foram utilizados para o desenvolvimento deste trabalho. A avaliação crítica consistiu na leitura dos artigos selecionados e na posterior construção da revisão bibliográfica fundamentada nos estudos analisados, além disso, foi possível realizar a análise de recursos estratégicos utilizados por órgãos do Governo como o TSE, veículos jornalístico e também uma aplicação de como essas estratégias pode ser utilizada em um blog informativo para jovens.

#### **4 ANÁLISE E DISCUSSÕES**

Os avanços tecnológicos e a expansão das redes sociais impactaram o consumo de notícias, especialmente entre os jovens. As plataformas digitais se tornaram uma fonte importante de informação para essa geração, modificando a

relação entre os meios de comunicação tradicionais, assim surgiu um cenário em que o jornalismo enfrenta um duplo desafio, por um lado, precisa se adaptar à dinâmica das redes sociais para manter sua relevância, por outro, deve preservar sua credibilidade e compromisso com a veracidade dos fatos.

Um exemplo do impacto das redes sociais na disseminação de fake news ocorreu durante as eleições presidenciais de 2018, quando circulou o boato de que escolas públicas distribuiriam um "kit gay"<sup>4</sup> para influenciar crianças sobre sua sexualidade. Na realidade, o material em questão, chamado "Escola sem Homofobia", foi elaborado em 2011 para capacitar professores no combate à discriminação LGBTQIA+, mas nunca chegou a ser distribuído, sendo barrado ainda no governo Dilma Rousseff. A desinformação foi desmentida por veículos como Folha de S.Paulo, O Globo e BBC Brasil, além do TSE, que confirmou a falsidade da alegação (Gazeta do povo, 2022).

Dessa forma, entende-se que as redes sociais funcionam como amplificadoras de informação, mas também impõem desafios relacionados à disseminação de fake news e à formação de bolhas informativas. O uso de algoritmos que personalizam o conteúdo para cada usuário tem levado a uma seleção segmentada de notícias, tornando o debate público mais fragmentado. Tal fato reforça a necessidade de que o jornalismo deve adotar estratégias de combate à desinformação e promova a educação midiática.

Assim, surge um novo modelo de jornalismo nas redes sociais, compreendendo que a interatividade e o engajamento do público são elementos importantes dessa nova configuração, exigindo que os jornalistas adaptem suas práticas para um formato mais dinâmico e acessível, estratégias como a convergência midiática, a personalização de conteúdo e o uso de linguagem informal são fundamentais para ampliar o alcance das notícias e conectar-se com o público jovem. Um exemplo desse uso estratégico das redes sociais pode ser observado nas publicações do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) (figuras 1 e 2), a instituição

---

<sup>4</sup> O Kit Gay é como ficaram conhecidos a cartilha "Escola Sem Homofobia" e materiais anexos desenvolvidos pela Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Travestis e Transexuais (ABGLT). A cartilha orientava professores em atividades de combate à homofobia a ser desenvolvidas pelos alunos e trazia indicações de filmes e vídeos. (Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/educacao/kit-gay-o-que-e-mito-e-o-que-e-verdade-b60i8lo40sb19tsf2du8bmr54/>).

adaptou sua comunicação para atingir o público jovem, utilizando uma linguagem acessível, cores vibrantes e uma dinâmica interativa típica das mídias digitais.

**Figura 1:** Instagram oficial do TSE



Fonte: Arquivo pessoal

No Instagram, a estratégia adotada inclui o uso de letras grandes, mensagens curtas e diretas, além de cores vibrantes para facilitar a assimilação das informações. Já no TikTok, plataforma utilizada pelo público jovem, a abordagem contém a utilização de “memes” e conteúdos dinâmicos para aumentar o engajamento. Essa estratégia pode ser observada na estratégia adotada pelo TSE, demonstrando a adaptação da comunicação para diferentes redes sociais a fim de ampliar o alcance e a efetividade da mensagem (Figura 2).

**Figura 2:** "Meme" utilizado no Tiktok oficial do TSE



Fonte: Arquivo pessoal

Além disso, um exemplo claro de adaptação jornalística às redes sociais é o portal G1<sup>5</sup>, que utiliza o Instagram para divulgar manchetes em formato de *cards* interativos e vídeos curtos. O Nexo Jornal<sup>6</sup>, por sua vez, é utilizado uma linguagem didática, carrosséis e perguntas-resposta no Instagram e TikTok para contextualizar temas complexos de forma acessível, especialmente voltada ao público jovem. Essas práticas mostram como os veículos de imprensa se adaptam às dinâmicas de engajamento digital para manter relevância informativa.

Contudo, é importante pontuar que a informalidade e a instantaneidade das redes também apresentam riscos para a credibilidade jornalística. A pressão por rapidez na publicação de notícias pode comprometer a verificação das informações e abrir espaço para erros e distorções. Além disso, a necessidade de adaptação aos algoritmos e preferências dos usuários pode levar ao sensacionalismo, em detrimento da profundidade analítica e da pluralidade de opiniões.

<sup>5</sup> G1. Instagram oficial. Disponível em: <https://www.instagram.com/g1>

<sup>6</sup> NEXO Jornal. TikTok oficial. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@nexojornal>

Nesse contexto é importante aludir que o jornalismo não apenas se expande para as redes sociais, mas está passando por uma transformação estrutural. A descentralização da produção de conteúdo permitiu que os próprios usuários participem ativamente da disseminação de informações, o que altera a função tradicional dos jornalistas. A interação entre produtores de conteúdo e público redesenha o papel do jornalismo, tornando-o mais colaborativo e interativo, mas também mais suscetível a interferências externas.

Pensando nas transformações do jornalismo impulsionadas pelas redes sociais, foi pensado na criação de um blog interativo voltado para o público jovem, uma vez que o blog, enquanto formato consolidado no ambiente digital, ressurgiu como um espaço relevante dentro do novo ambiente jornalístico, especialmente diante da fragmentação do consumo de notícias nas redes sociais. Sua estrutura flexível, combinando texto, imagem e hipertexto, permite uma abordagem mais próxima das práticas comunicacionais contemporâneas, sem deixar de adotar as práticas de análise mais aprofundada. Diante da volatilidade dos algoritmos e da superficialidade das interações rápidas, o blog se apresenta como uma alternativa para o jornalismo reconectar-se com o público de maneira mais reflexiva e menos imediatista.

Diferente do modelo tradicional de portal de notícias, esse blog funcionaria como um espaço híbrido entre a produção jornalística e a linguagem informal das redes, permitindo a participação ativa dos leitores por meio de comentários, enquetes e conteúdos enviados pela comunidade. Com postagens curtas, visuais e adaptadas para mobile, o blog exploraria temas de interesse da juventude, como política, saúde mental, cultura digital e meio ambiente, reforçando o compromisso com a veracidade das informações. Essa iniciativa reforça a ideia de que o jornalismo não precisa apenas ocupar os espaços digitais já consolidados, mas também pode criar seus próprios territórios, respeitando as dinâmicas e preferências do público jovem.

Além disso, ao adaptar-se à dinâmica das redes, o blog assume uma função estratégica: a de desacelerar o consumo e aprofundar o debate. Em meio à avalanche de informações e à lógica da viralização, ele permite resgatar valores do jornalismo tradicional como a apuração, a contextualização e o compromisso com a

pluralidade, sem perder de vista as transformações tecnológicas que moldam o comportamento informacional das novas gerações. Portanto, mais do que um formato, o blog representa uma resposta possível ao desafio de fazer jornalismo com profundidade em um ambiente digital marcado pela instantaneidade e pela desinformação.

## 5 CONCLUSÃO

O impacto das redes sociais no jornalismo é inegável e irreversível. O cenário atual demonstra que essas plataformas não apenas ampliaram o alcance da informação, mas também remodelaram as formas de produção e consumo de notícias. Os jovens, principais usuários dessas mídias digitais, passaram a ter um papel mais ativo na disseminação de conteúdos, tornando-se não apenas consumidores, mas também produtores de informação. Essa nova realidade trouxe desafios para o jornalismo, que precisou se adaptar a uma comunicação mais dinâmica, interativa e visual, sem perder a credibilidade e o compromisso com a veracidade dos fatos.

Diante desse contexto, observa-se que a personalização da informação por meio de algoritmos reforça a formação das chamadas “bolhas informativas”, limitando o acesso a diferentes perspectivas e dificultando um debate público mais plural. Além disso, a velocidade da disseminação de conteúdos nas redes sociais intensificou a propagação de *fake news*, o que impõe aos jornalistas a necessidade de desenvolver estratégias para combater a desinformação e reforçar a confiança na mídia. O uso de mecanismos de verificação e a educação midiática surgem como soluções fundamentais para mitigar os impactos negativos desse fenômeno.

Por outro lado, as redes sociais oferecem oportunidades importantes para o jornalismo, permitindo uma maior aproximação com o público, o uso de linguagens acessíveis e a experimentação de novos formatos narrativos. A convergência midiática e o uso estratégico de plataformas como Instagram e TikTok, por exemplo, demonstram como é possível tornar as notícias mais atrativas sem comprometer sua qualidade. O caso mostrado do TSE ilustra essa adaptação, ao utilizar cores

vibrantes, memes e mensagens curtas para engajar os jovens e transmitir informações relevantes.

Assim, o jornalismo se encontra em um momento de transformação estrutural. Mais do que apenas migrar para o ambiente digital, é necessário redefinir o papel do jornalista e do jornalismo na era da informação instantânea, equilibrando inovação e responsabilidade. A credibilidade jornalística, construída ao longo de décadas, não pode ser sacrificada em nome da viralização e do engajamento superficial. Dessa forma, o futuro do jornalismo dependerá da capacidade de se reinventar, sem perder a essência de informar com precisão, ética e compromisso com a sociedade.

Além disso, como discutido neste trabalho, a criação de um blog informativo voltado para o público jovem representa uma iniciativa importante diante das transformações provocadas pelas redes sociais. O blog, com linguagem acessível, formato interativo e compromisso com a veracidade, oferece um caminho viável para o jornalismo se reconectar com os novos leitores. Em um cenário marcado pela superficialidade dos algoritmos e pela fragmentação do consumo de informação, esse espaço digital pode se consolidar como uma alternativa para aprofundamento, engajamento e educação midiática, reafirmando o papel social do jornalismo no ambiente digital.

## REFERÊNCIAS

- BAIENSE, C. F. et al. O futuro do jornalismo: como os estudantes da UFF consomem notícias. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2016.
- BORDIGNON, Cristina; BONAMIGO, Irme Salette. Os jovens e as redes sociais virtuais. Revista Pesquisas e Práticas Psicossociais, v. 12, n. 2, p. 310-326, 2017.
- CARDANO, Mário. Manual de pesquisa qualitativa. A contribuição da teoria da argumentação. Tradução: Elisabeth da Rosa Conill. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes , 2017.
- CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- COSTA, Edwaldo; SIMAS, Marcos. Jornalismo ético, liberdade de expressão e credibilidade: dilemas do profissional de jornalismo nas mídias sociais. Revista Alterjor, v. 23, n. 1, p. 248-263, 2021.
- COSTA, Ruthy Manuella de Brito; CARVALHO, Cristiane Portela de. Jornalismo e redes sociais: novas práticas e reconfigurações. Comunicação & Informação, v. 24, 2021.
- DORETTO, Juliana. “Minhas próprias notícias”: jornalismo e o público jovem brasileiro e português em contexto digital. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 42, n. 1, p. 113-129, 2019.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Inovações tecnológicas e transformações no jornalismo com as redes digitais. Revista Geintec. p. 11. 2014.
- Gazeta do povo. “Kit Gay”: o que é mito e o que é verdade. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/educacao/kit-gay-o-que-e-mito-e-o-que-e-verdade-b60i8lo4osb19tsf2du8bmr54/>. 26/10/2022. Acesso em: 05 de janeiro de 2025.
- JORGE, Thaís de Mendonça. NOTÍCIA E FAKE NEWS: uma reflexão sobre dois aspectos do mesmo fenômeno da mutação, aplicada ao jornalismo contemporâneo. Revista Latino-americana de Jornalismo| ISSN, v. 2359, p. 375X. 2017.
- JUSTINO, Beatriz Pereira de Souza. Jornalismo econômico em redes sociais: decifrando, um novo modelo de comunicação. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação-Habilitação em Jornalismo)-Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

Lima, Ana Paula. IESB- Centro Universitário. Jornalismo e rede sociais: como dominar os dois mundos?. 21 de outubro de 2022. Acesso em: 05 de janeiro de 2025. Disponível em: <https://www.iesb.br/uncategorized/jornalismo-e-rede-sociais-como-dominar-os-dois-mundos/>

LIRA, Ariana Galhardi et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 66, p. 164-171, 2017.

Melo, Álvaro de Góis. A INTERFERÊNCIA DA LINGUAGEM DAS REDES SOCIAIS NO PENSAR COTIDIANO DOS ALUNOS DO ENSINO MÉDIO EM DUAS ESCOLAS NA DISCIPLINA SOCIOLOGIA – UM ESTUDO DE CASO. VI Congresso Nacional da Educação (CONEDU), 2019.

MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo no novo ambiente comunicacional: uma reavaliação da noção do “jornalismo como sistema perito”. *Tempo Social*, v. 34, n. 2, p. 195-216, 2022.

MORENO, José et al. Os desafios do jornalismo na sociedade em rede. *Modelos De Negócio E Comunicação Social*. 2018.

PELLANDA, Eduardo Campos et al. Mobilidade e jornalismo digital contemporâneo: fases do jornalismo móvel ubíquo e suas características. *Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio*, p. 197-218, 2017.

PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. JORNALISMO NO TIKTOK, CHECK!. *Revista Latino-Americana de Estudos Científicos*, p. 77-90, 2021.

QUINTINO, Cleisyane Lopes; SIMÕES, Rita Basílio de. A Literacia Mediática na Prática do Consumo Noticioso de Jovens: Um Estudo Exploratório com Estudantes de Jornalismo e Comunicação da Universidade de Coimbra. *Media & Jornalismo*, v. 24, n. 45, p. e4507-e4507, 2024.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter. *Líbero*, n. 24, p. 81-94, 2016.

SANTOS, Marciel Souza; PRUDENTE, Henrique Alckmin. OS DESAFIOS DA ÉTICA E CREDIBILIDADE JORNALÍSTICAS NOS DIAS ATUAIS. *SIC*, p. 70. 2024.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da; TESSAROLO, Felipe Maciel. Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataformas de mídia. *XXXIX Intercom*, São Paulo–SP, p. 980-1005, 2016.

SILVA, Edna De Mello; ROCHA, Liana Vidigal; SOARES, Sérgio Ricardo. Telejornalismo expandido: o jornalismo televisivo nas redes sociais e aplicativos. *Comunicação Midiática*, v. 13, n. 2, p. 21-36, 2018.

VALIATI, Vanessa Amalia Dalpizol; SILVEIRA, Gabriel Costa; BREDA, Letícia Prior. JORNALISMO E INSTAGRAM: AS PRÁTICAS DE CONSUMO DE NOTÍCIAS DO PÚBLICO JOVEM GAÚCHO NO INSTAGRAM. Revista Univap, v. 27, n. 54, 2021

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha mãe, a quem tanto devo, e por ser a maior incentivadora para que eu seguisse com os estudos.

Ao meu avô cuja presença discreta sempre foi constante e significativa, mesmo que pouco dita em palavras

Aos meus irmãos, companheiros de vida e rotina, obrigada por estarem por perto, mesmo quando as palavras faltavam.

À minha melhor amiga, Rebeca, a quem sempre pude recorrer em momentos de aflição, felicidade ou para dividir sonhos e planos.

Aos meus amigos, que, de alguma forma, se fizeram presentes durante essa jornada.

E ao grupo sul-coreano BTS, que conseguiu me resgatar quando o imenso vazio da minha alma tentava me consumir.

Eu também fiz por vocês.