

# OS DESAFIOS DA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA NA ATUALIDADE

Maria Gabriela Barros de Sousa, Caio Cysne, Vitória Hellen, Ismia Kariny, Edgard Patricii, Edgard Patricio de Almeida Filho

Devido ao avanço tecnológico, o monopólio informacional, embora ainda esteja nas mãos dos grandes veículos de comunicação em nosso país, começa a apresentar novos caminhos. Com o boom das redes sociais, é possível ter contato rápido com as notícias e também dar voz a quem antes não tinha espaço. Se antes era necessário esperar as informações trazidas pelos meios de comunicação tradicionais para ficar informado, hoje qualquer um pode gerar conteúdo e acabar pautando tudo que é divulgado na imprensa. Nas grandes redes, pode-se dizer que existe crise, pois a organização tradicional dos programas está ficando ultrapassada e perdendo espaço para a criatividade e a espontaneidade encontrada nas redes sociais. O jornal norte-americano, Washington Post, foi vendido, pela sua perda constante de audiência e a dificuldade em se adaptar à era digital. Existe uma crise dentro do impresso. O papel ainda é um indicativo de status. Entretanto está ficando obsoleto para as novas gerações. Uma boa solução é personalizar esse suporte. Trazendo informativos e outras coisas específicas de acordo com o gosto do assinante. No entanto, a infinidade de conteúdo propagado na web acaba dificultando a vida dos donos desses meios. Ficou subentendido como jornalístico o que se pratica como jornalismo na sociedade, em seus mais altos valores: a pluralidade e fidelidade aos fatos. A internet trouxe a concorrência ao negócio da empresa, a possibilidade de comunicação maior do que antes de oferecer também uma outra versão dos fatos. Contudo, isso não transformou o cidadão em jornalista. Uma pesquisa mostrou que pessoas que têm internet não sabem dos fatos em primeira mão pela mídia tradicional. E porque o cidadão não vira jornalista? O cidadão produz um tipo de informação interessante e colaborativa com a mídia, mas, para fazer jornalismo, ele terá que ouvir fontes, contextualizar e utilizar os valores para ter credibilidade e utilidade.

Palavras-chave: Produção. Jornalistas. Atualidade. Internet.