

Estado da publicação: O preprint não foi publicado em outro meio.

# Entre o otimismo declarado e o ceticismo ambivalente: como jornalistas brasileiros percebem o paradoxo tecnológico na era da transformação digital

Fábio Vasconcellos

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.13690>

Submetido em: 2025-10-09

Postado em: 2025-12-29 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

## PREPRINT

# Entre o otimismo declarado e o ceticismo ambivalente: como jornalistas brasileiros percebem o paradoxo tecnológico na era da transformação digital

Fábio Vasconcellos ([fabio.vasconcellos10@gmail.com](mailto:fabio.vasconcellos10@gmail.com))

<https://orcid.org/0000-0003-1823-7789><sup>1</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Pontifícia Universidade Católica (PUC-Rio) e pós-doutorando INCT ReDem/Universidade Federal do Paraná (UFPR)

**Resumo:** A transformação digital tem criado oportunidades para o jornalismo, com o surgimento de novos veículos, formas de distribuição de conteúdo e maior eficiência nas rotinas produtivas. Essa mesma transformação, no entanto, é apontada como uma das principais razões dos efeitos negativos sobre o papel institucional e a sustentabilidade do jornalismo. Boa parte do aparato técnico utilizado pelos profissionais é hoje predominantemente controlado pelas big techs, empresas que, na outra ponta, minam as fontes de financiamento do jornalismo e sua independência. Este estudo investiga esse paradoxo tecnológico, examinando três questões: a) as percepções latentes dos jornalistas sobre os efeitos das tecnologias; b) o peso atribuído pelos profissionais a essas dimensões; e) a coesão interna dessas percepções. A pesquisa foi realizada com jornalistas brasileiros em 2023 (n=230) e utilizou a Análise Fatorial para identificar as percepções latentes. Os resultados indicam a existência de um modelo bifatorial organizado em torno de uma abordagem otimista “Jornalismo inovador e estratégico” e uma postura crítica “Ceticismo digital”. O fator otimista apresentou média significativamente maior ( $M=3,53$  vs.  $M=3,33$ ,  $p<0,01$ ) e consistência interna também maior ( $\alpha=0,701$  vs.  $\alpha=0,501$ ). Apesar disso, a diferença entre os fatores da visão crítica e otimista apresentou efeito moderado ( $RBC=0,247$ ), sugerindo um grau de ambivalência entre os jornalistas. O estudo oferece evidências do paradoxo tecnológico no jornalismo brasileiro, contribuindo para uma compreensão do cenário da transformação digital, em especial, diante da inovação, riscos e desafios éticos que se apresentam.

Palavras-chave: Transformação digital, Jornalismo, Percepção dos jornalistas, Big Techs, Análise Fatorial

---

<sup>1</sup> Pesquisa financiada pelo Programa Prodocência da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) 2022.

## Between declared optimism and ambivalent skepticism: how brazilian journalists perceive the technological paradox in the era of digital transformation

**Abstract:** The digital transformation has created opportunities for journalism, with the emergence of new outlets, content distribution methods, and increased efficiency in production routines. This same transformation, however, is also cited as one of the main reasons for negative effects on journalism's institutional role and sustainability. A large part of the technical apparatus used by professionals is now predominantly controlled by big techs, companies that, on the flip side, undermine journalism's funding sources and independence. This study investigates this technological paradox by examining three questions: a) journalists' latent perceptions of the technologies' effects; b) the weight attributed by professionals to these dimensions; and c) the internal cohesion of these perceptions. The research was conducted with Brazilian journalists in 2023 (n=230) and utilized Factor Analysis to identify the latent perceptions. The results indicate the existence of a bifactorial model organized around an optimistic approach, “Innovative and Strategic Journalism”, and a critical stance, “Digital Skepticism”. The optimistic factor showed a significantly higher mean ( $M=3,53$  vs.  $M=3,33$ ,  $p<0,01$ ) and greater internal consistency ( $\alpha=0,701$  vs.  $\alpha=0,501$ ). Despite this, the difference between the critical and optimistic factors presented a moderate effect size ( $RBC=0,247$ ), suggesting a degree of ambivalence among journalists. The study offers evidence of the technological paradox in Brazilian journalism, contributing to an understanding of the digital transformation landscape, especially concerning the innovation, risks, and ethical challenges that are present.

**Keywords:** Digital transformation, Journalism, Journalists' perception, Big Techs, Factor Analysis

## Entre el optimismo declarado y el escepticismo ambivalente: cómo los periodistas brasileños perciben la paradoja tecnológica en la era de la transformación digital

**Resumen:** La transformación digital ha generado oportunidades para el periodismo, con el surgimiento de nuevos medios, formas de distribución de contenido y una mayor eficiencia en las rutinas productivas. Sin embargo, esta misma transformación es señalada como una de las principales causas de los efectos negativos sobre el papel institucional y la sostenibilidad del periodismo. Gran parte del aparato técnico utilizado por los profesionales está hoy predominantemente controlado por las *big techs*, empresas que, por otro lado, socavan las fuentes de financiación del periodismo y su independencia. Este estudio investiga este paradoxo tecnológico examinando tres cuestiones: a) las percepciones latentes de los periodistas sobre los efectos de las tecnologías; b) el peso atribuido por los profesionales a estas dimensiones; y c) la cohesión interna de estas percepciones. La investigación se realizó con periodistas brasileños en 2023 (n=230) y empleó el Análisis Factorial para identificar las percepciones latentes. Los resultados indican la existencia de un modelo bifactorial organizado en torno a un enfoque optimista, denominado “Periodismo innovador y estratégico”, y una postura crítica, el “Escepticismo digital”. El factor optimista presentó una media significativamente mayor (M=3,53 vs. M=3,33,  $p<0,01$ ) y una consistencia interna también superior ( $\alpha=0,701$  vs.  $\alpha=0,501$ ). A pesar de esto, la diferencia entre los factores de la visión crítica y optimista presentó un efecto moderado (RBC=0,247), lo que sugiere un grado de ambivalencia entre los periodistas. El estudio ofrece evidencia del paradoxo tecnológico en el periodismo brasileño, contribuyendo a una mejor comprensión del escenario de la transformación digital, en particular, frente a la innovación, los riesgos y los desafíos éticos que se presentan.

Palabras clave: Transformación digital, Periodismo, Percepción de los periodistas, Big Techs, Análisis Factorial

## Introdução

Em agosto deste ano, o jornal Folha de SP entrou com uma ação contra a OpenAI para que a empresa responsável por desenvolver o ChatGPT parasse de coletar e usar, sem autorização e pagamento, o conteúdo do veículo<sup>2</sup>. A ação do diário brasileiro repetiu o americano The New York Times que, em 2023, tomou a mesma medida. No caso do The Guardian, a briga se transformou em parceria. Após recorrer à Justiça dois anos atrás contra a desenvolvedora do ChatGPT, o jornal assinou contrato com a OpenAI para, segundo a empresa de tecnologia, levar “jornalismo de alta qualidade aos usuários globais do ChatGPT a partir do conteúdo editorial do The Guardian”<sup>3</sup>.

As dificuldades dos grandes veículos em não saber como lidar com os efeitos promovidos pelas empresas de IA na atividade jornalística estão presentes também no interior das redações. Enquanto a direção dos veículos teme mais perdas de receita e audiência, jornalistas manifestam entusiasmos com o uso da IA nas suas rotinas, assim como preocupações com os vieses dos algoritmos, riscos de perda da autonomia editorial, fechamento de postos de trabalho (Cools e Vreese 2025; Sangyon e Jaemin 2025; Cools e Diakopoulos 2024). Em carta pública, a colunista do Financial Time, Rana Foroohar, manifestou recentemente preocupação com o acordo fechado entre o jornal e a OpenAI para treinar modelos de IA da empresa de tecnologia a partir dos conteúdos gerados pelo FT: “sou muito cética de que a IA beneficiará seriamente alguém além da Big Tech a curto e médio prazo” (Foroohar, 2025).

O atual cenário dos usos da IA reflete o que podemos chamar de um paradoxo tecnológico do jornalismo. Historicamente, essa atividade detinha o domínio sobre os aparatos técnicos que sustentavam sua prática — como a prensa tipográfica, no caso do jornal impresso, e a transmissão eletromagnética, no rádio e na televisão. Essas tecnologias não apenas viabilizavam a produção e difusão de conteúdo, como contribuíam para a consolidação de um campo profissional, institucional e comercial.

Com as tecnologias digitais, esse cenário se transforma radicalmente: a maior parte do aparato tecnológico de comunicação pertence agora a outro setor econômico, liderando

---

<sup>2</sup> Fonte: FolhaSP. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2025/08/folha-entra-com-acao-contra-openai-por-concorrenca-desleal-e-violacao-de-direitos-autorais.shtml>. Acessado em 25/08/2022.

<sup>3</sup> Fonte: OpenAI. Disponível em <https://openai.com/index/openai-and-guardian-media-group-launch-content-partnership/>. Acessado em 22/08/2025.

pelas grandes empresas de tecnologia, com lógicas e interesses próprios. O desacoplamento entre a atividade jornalística e o controle da sua infraestrutura técnica gera tensões internas e visões divergentes sobre as consequências para essa atividade profissional e para o ambiente informacional.

Essencialmente, o paradoxo se constitui por uma perspectiva de que as inovações digitais representam uma oportunidade revitalizadora, que permitiria ao jornalismo se reinventar, como prática, instituição e negócio. A mesma revolução tecnológica implica em desafios profundos e ameaças estruturais ao jornalismo. A precarização do trabalho jornalístico, a dependência das grandes plataformas digitais, a dificuldade de monetização frente ao “custo marginal zero” da informação e a amplificação da desinformação são algumas das preocupações latentes, que se manifestariam na tensão entre um olhar para a inovação e outro para os riscos e desafios ainda persistentes (De-Lima-Santos e Salaverría 2021; Salaverría 2019; Bell e Owen 2017).

Essa dinâmica força uma redefinição das fronteiras e do papel institucional do jornalismo exigindo dos profissionais novas habilidades para atuar em um ecossistema midiático cada vez mais dominado por algoritmos e grandes empresas de tecnologia, o que por sua vez gera ansiedade e temor de substituição em algumas redações (Deuze e Witschge 2017; Ekström e Westlund 2019). Não apenas riscos, mas também mudanças profundas na cultura profissional impulsionadas por escolhas e decisões nos processos de produção e distribuição de informação que levam em conta o uso de novas tecnologias (Ekström, Ramsälv e Westlund 2022).

O bem documentado contexto do paradoxo tecnológico demonstra, nesse sentido, a necessidade de uma melhor compreensão de como os jornalistas, instados a utilizar cada vez mais tecnologias digitais, refletem essa tensão. Essa é uma chave analítica importante, mas ainda pouco explorada. As percepções dos jornalistas legitimam decisões e escolhas profissionais que tanto podem acelerar os usos de tecnologias digitais controlados por big techs, e que transformam a atividade e o papel institucional do jornalismo, quanto podem ser fator com potencial de orientar caminhos alternativos de menor dependência ou, em últimos caso, com inovações próprias do setor (Wu e Jiajia 2024).

É fundamental, portanto, examinar como esses profissionais percebem o cenário das inovações. Quais fatores podem ser mobilizados para explicar a maneira pela qual os jornalistas avaliam a relação com a tecnologia digital? É possível falar em um paradoxo

tecnológico presente nas percepções desses profissionais? Para responder a essas questões, este artigo utiliza Análise Fatorial Exploratória (AFE) e Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para mapear dimensões explicativas adotadas por um grupo de jornalistas no Brasil sobre a relação desses profissionais com a tecnologia digital. Para isso, aplicamos um *survey* (n=230) em 2023 para avaliar hábitos e percepções sobre usos de tecnologias nas rotinas de trabalho, bem como avaliações sobre a relação com as big techs. A partir dos dados, elaboramos testes de AFC e AFE para identificar os fatores.

Na sequência, examinamos três questões. A primeira delas procurou verificar a existência de fatores latentes que pudessem explicar razoavelmente bem o conjunto das percepções dos jornalistas em relação às tecnologias. A segunda avaliou a predominância de uma visão mais otimista do que crítica do uso das tecnologias e, por fim, uma última verificou a consistência interna da dimensão crítica apresentada pelos jornalistas em relação às tecnologias digitais.

Os resultados são promissores porque ilustram uma dimensão analítica ainda pouco examinada sobre as transformações pelas quais passam o jornalismo, sobretudo no contexto brasileiro, diante das inovações da tecnologia digital. Embora seja um estudo com limitações, já que os resultados não podem ser extrapolados para além da amostra utilizada, os testes identificam existência de dois fatores distintos que norteiam a maneira pela qual o paradoxo tecnológico se organiza entre os jornalistas. Essas evidências podem subsidiar novos estudos sobre os impactos das tecnologias no campo jornalístico, sobretudo por apresentar um mapa empírico por meio do qual os profissionais de imprensa elaboram suas escolhas diante do cenário de transformação digital.

## **Dois paradigmas**

A emergência de um paradigma otimista sobre os efeitos da tecnologia no campo jornalístico, sobretudo na fase da era digital, foi impulsionada uma série de estudos nas últimas três décadas que mapearam o processo de adaptação das práticas profissionais e do modelo de negócio das empresas de mídia diante da transformação digital. Nessa perspectiva, o alinhamento às novas fronteiras tecnológicas e comunicacionais foi apontada tanto como ponto crucial para a sobrevivência e a relevância profissional, como uma chance de ampliar as capacidades oferecidas pelas plataformas digitais e outras

inovações tecnológicas (Nilsen e Ganter 2022; Pavlik 2013; Anderson, Bell e Shirky 2012).

Embora esses estudos reconheçam os impactos negativos sobre o financiamento do jornalismo, boa parte deles argumenta que as plataformas digitais são canais de distribuição essenciais que permitem que o conteúdo jornalístico alcance audiências globais vastas, com custos de replicação baixíssimos, por meio da “superdistribuição” (Bell e Owen 2017; Anderson, Bell e Shirky 2012). O baixo custo de produção e distribuição impulsionou, nesse sentido, a emergência de mídias nativas digitais, incluindo organizações sem fins lucrativos e veículos especializados, que exploram novas fontes de receita, como modelos de assinatura, *paywalls* e *crowdfunding* (DalBen 2020; García-Orosa, López-García e Vázquez-Herrero 2020; Anderson, Bell e Shirky 2012). Essa diversificação dos modos de financiamento ofereceu uma maior autonomia editorial em relação aos modelos tradicionais baseados exclusivamente em publicidade (García-Orosa, López-García e Vázquez-Herrero 2020).

López-García e Gutiérrez-Caneda (2024) observam, por exemplo, que o jornalismo de alta tecnologia já é uma realidade que define o debate sobre inovação, exigindo do setor uma adaptação contínua e a antecipação do futuro para sua permanência. O jornalismo automatizado, empregando *softwares* e algoritmos, nesse sentido, é parte desse processo e com potencial para liberar jornalistas de tarefas repetitivas e de baixa complexidade (DalBen 2020; Anderson, Bell e Shirky 2012). Adicionalmente, o uso intensivo de tecnologia não impactaria a confiança no jornalismo. Wölker e Powell (2018) argumentam que a credibilidade percebida da fonte em artigos jornalísticos automatizados ou combinados é similar à de artigos humanos, o que sugeriria uma aceitação promissora dessas tecnologias pela audiência.

A transformação digital, nessa perspectiva, beneficiou o jornalismo, ampliando a eficiência e a capacidade produtiva. Os profissionais apresentam novas possibilidades para realizar atividades mais complexas e interpretativas (Whittaker 2019). A análise de grandes volumes de dados, ou *big data*, por meio do jornalismo de dados e de ferramentas de Inteligência Artificial, amplia as possibilidades de investigações aprofundadas, o cruzamento de informações e a identificação de padrões que seriam inviáveis para a capacidade humana (DalBen 2020; Cheruiyot, Baack e Ferrer-Conill 2019; Palomo, Teruel e Blanco-Castilla 2019; De-Lima-Santos e Salaverría 2021). Estudos como o Ureta, Fernández e Sjøvaag (2023) reforçam essa perspectiva, destacando a efervescência

de pesquisas em IA que preveem novas opções para o fluxo de notícias, coleta e distribuição de conteúdo, adaptando a própria epistemologia da profissão.

A colaboração e o engajamento com a audiência também se configuram como eixos estratégicos relevantes no cenário da era digital. Esse ambiente favorece novas formas de trabalho colaborativo, seja internamente nas redações, com equipes multidisciplinares que incluem programadores e analistas de dados, seja externamente com a participação de indivíduos, coletivos e outras organizações (DalBen, 2020; Anderson, Bell, e Shirky, 2012; García-Orosa, López-García e Vázquez-Herrero, 2020). O *crowdsourcing* e o jornalismo cidadão, por exemplo, possibilitam a coleta e verificação de informações em tempo real e de fontes diversas.

A relevância do conhecimento da audiência é sublinhada por Corzo e Salaverría (2019), que analisam como a analítica web influencia a construção de notícias em mídias nativas digitais, permitindo uma adaptação estratégica do conteúdo às necessidades do público. As plataformas digitais promoveriam ainda um nível inédito de engajamento da audiência, permitindo interação direta, *feedback* e a cocriação de conteúdo que responderia às necessidades dos usuários (DalBen, 2020; García-Orosa, López-García, e Vázquez-Herrero, 2020; Bell e Owen, 2017). Nesse contexto de transformação tecnológica, o papel do jornalista evolui para o de curador e contextualizador do conteúdo gerado pelo público, agregando valor jornalístico (Anderson, Bell, e Shirky, 2012).

Para Steensen e Westlund (2021), o discurso marcado por otimismo tecnológico apresenta fragilidades analíticas. A primeira delas é a tendência ao determinismo tecnológico, que pressupõe uma relação causal direta entre tecnologia e prática jornalística, atribuindo à tecnologia o papel central e inevitável de agente transformador. Essa abordagem centrada na tecnologia pode obscurecer outros fatores relevantes que influenciam as mudanças no jornalismo. A segunda limitação está na supervalorização das competências e recursos tecnológicos, sugerindo que tais habilidades são mais determinantes do que realmente se mostram na prática cotidiana dos jornalistas. E, por fim, esse discurso parte da suposição de que toda nova tecnologia necessariamente trará benefícios ao jornalismo — uma premissa que merece ser questionada com base em evidências empíricas.

Embora centrada na perspectiva tecnológica, a era da inovação digital suscitou também uma face crítica na literatura especializada, revelando impactos negativos sobre o jornalismo. Um dos pontos abordados sugere que o domínio das plataformas e algoritmos

tem levado o jornalismo a uma reconfiguração de seu papel, sua estrutura e sua própria sustentabilidade, frequentemente em detrimento de seus valores tradicionais e de sua relevância cívica (Bell e Owen, 2017; Christofolletti, 2025; Anderson, Bell e Shirky, 2012). Um dos impactos mais salientes é a acentuada deterioração financeira das empresas jornalísticas. A internet, e, em particular, as big techs como Alphabet/Google e Meta/Facebook, desintegraram o modelo de negócio tradicional baseado em publicidade, ao centralizar vastas parcelas da receita publicitária online.

A esperança de que a publicidade digital, impulsionada por um vasto número de usuários, pudesse financiar um jornalismo de qualidade revelou-se uma ilusão, pois a receita permanece concentrada nas plataformas (Bell e Owen, 2017). Além disso, a disseminação de serviços gratuitos pelas plataformas criou uma mentalidade no público de que a informação não deve ser paga, prejudicando as bases de assinantes e a disposição de novas gerações em custear o jornalismo. A não remuneração das empresas jornalísticas e dos jornalistas pelo uso e republicação de seus conteúdos nas plataformas agrava ainda mais essa crise financeira (Christofolletti, 2025).

A tecnologia também provoca uma perda significativa de valor institucional e de controle editorial por parte das organizações jornalísticas. Plataformas digitais assumiram progressivamente o papel de *publishers*, controlando a audiência, determinando o que é visto, e até mesmo influenciando formatos e gêneros jornalísticos que “emplacam”. Essa transferência de conteúdo para plataformas de terceiros ocorre frequentemente sem garantia de retorno financeiro, resultando em diluição da marca, ausência de acesso a dados sobre o público e migração da receita publicitária (Bell e Owen, 2017). A opacidade dos algoritmos das plataformas impede um planejamento estratégico eficaz e concede um controle desproporcional sobre a distribuição da informação. Em última instância, o ato de publicar, hospedar e monetizar conteúdo pode deixar de ser uma atividade central das organizações jornalísticas.

Além disso, a credibilidade e a confiança pública no jornalismo são corroídas pelo ecossistema digital. As plataformas, ao priorizarem a viralização de conteúdo — sem correlação com a qualidade jornalística — tornam-se terreno fértil para a proliferação de notícias falsas e desinformação. O jornalismo com valor cívico, que fiscaliza detentores do poder, é preterido por um sistema que preza escala e *shareability*” (Bell e Owen, 2017). A filtragem algorítmica reforça as “bolhas de filtro”, isolando usuários em ambientes onde só aceitam informações que corroboram suas crenças,

independentemente de sua veracidade, minando o discurso público baseado em narrativas comuns e verdades aceitas (Pariser, 2012; Whittaker, 2019).

A tecnologia também impacta diretamente as práticas jornalísticas e a saúde profissional dos jornalistas. A automação de tarefas rotineiras e de baixa complexidade, embora vista como eficiência, gera ansiedade e o temor de substituição por robôs, especialmente em redações que carecem de programadores e de uma compreensão aprofundada da interação humano-máquina (DalBen, 2020; Anderson, Bell, e Shirky, 2012). Lewis, Guzman e Schmidt (2019) apontam para uma lacuna teórica significativa, onde a máquina como fonte comunicativa no jornalismo automatizado não recebe atenção adequada, complicando as questões fundamentais sobre a interação entre humanos e notícias em um campo dominado por modelos antropomórficos.

No cenário plataformizado da comunicação, o papel do jornalista migra de produtor primário para curador e contextualizador de um dilúvio de informações geradas pelo público, alterando a função essencial de reportagem e exigindo novas “hard skills” em dados e programação, muitas vezes negligenciadas na formação. A pressão por gerar tráfego a partir de uma incessante busca por atenção do público transitório com publicações chamativas levam ao desperdício de dinheiro em atividades redundantes (Anderson, Bell, e Shirky, 2012).

A crescente dependência do jornalismo da intermediação das mídias sociais é vista, portanto, como um ponto de grande preocupação. Nielsen e Ganter (2018) chamam atenção para o fato de as empresas jornalísticas aderirem à lógica das redes sem mensurar os riscos da relação assimétrica com as plataformas digitais. O fenômeno da “plataformização do jornalismo”, que consiste na busca da comodificação dos conteúdos orientadas para circular nas plataformas controladas pelas *big techs* e seus algoritmos é hoje uma realidade (Poell; Nieborg, 2020; Silva et al., 2020, Van Dijck; Poell; Waal, 2018). A relação com big techs é bastante desigual, uma vez que as plataformas estabeleceram uma posição dominante na economia da atenção, controlando a distribuição de conteúdo e a monetização da audiência, afetando diretamente o modelo de negócios publicitário do jornalismo tradicional (Ramírez 2021).

Em resumo, esse conjunto de estudos trazem evidências de paradoxo tecnológico. Ao mesmo tempo em que a transformação digital é apontada como uma solução para o

jornalismo, com mais diversificação, novas habilidades e oportunidades, por outro lado, está bem documentado os impactos negativos sobre o jornalismo.

### **A percepção dos jornalistas**

Com menos recursos para subsidiar seu negócio e cada vez mais parte de um cenário em que as tecnologias digitais se tornaram um elemento da vida cotidiana, o jornalismo se encontra hoje diante uma difícil escolha entre uma adesão que pode resultar em mais perdas de espaço e valor econômico e social, ou uma adaptação em que consiga preservar sua atividade, sem renunciar aos ganhos do uso e aplicação dessas tecnologias.

Nessa perspectiva, um conjunto expressivo de estudos vem buscando mapear as percepções dos jornalistas sobre os impactos ou os usos de uma diversidade de tecnologias, com achados que contribuem para uma melhor compreensão da questão. Entre esses temas, destacam-se como os jornalistas veem o uso da Inteligência Artificial e a automação (Cools e Claes 2025; Sangyon e Jung 2025; Wang et al., 2024; De Lima-Santos et al, 2024; Cools e Diakopoulos 2024; Belair-Gagnon 2023; Wu et al. 2018); o impacto das métricas de audiência e pressões de mercado (Ekström, Ramsälv e Westlund 2022; Pithan et al. 2020; Belair-Gagnon et al. 2020; Belair-Gagnon, Zamith e Holton 2020).

Outros temas também presentes nos estudos que analisam a percepção dos jornalistas avaliaram os usos e efeitos das tecnologias na cultura profissional e identidade jornalística (Christofoletti, 2019; Belair-Gagnon, Zamith e Holton 2020; Träsel 2014); inovação, sustentabilidade e modelos de negócio (De-Lima-Santos et al. 2022; Westlund et al. 2020) além da relação dos jornalistas com as audiências (Ekström, Ramsälv e Westlund 2022; Coddington et al. 2021; Cunha 2020).

Embora estejam focados nas percepções dos profissionais, esse conjunto de estudos tendem a mapear o uso ou os efeitos de uma tecnologia específica, como a IA, aplicação de métricas e relação com as redes sociais. Apesar de identificarem em seus achados as dimensões positivas e negativas da relação entre jornalismo e tecnologias digitais, permanece, a nosso ver, uma lacuna que consiste em uma compreensão agregada sobre a percepção dos jornalistas em relação as tecnologias e que considere o paradoxo dos seus efeitos, como boa parte da literatura vem apontando nos últimos 30 anos.

A nosso ver essa é uma chave relevante para entender de que maneira os jornalistas têm aderido ou não ao paradigma mais otimista do uso e aplicação de tecnologias, muitas delas produzidas e controladas por grandes empresas de tecnologia. Nesse sentido, esta pesquisa alinha-se com a noção de que a percepção dos jornalistas sobre tecnologia não é unidimensional, mas composta por diferentes atitudes que podem tanto refletir entusiasmo em razão dos ganhos de eficiência e oportunidades, quanto uma visão mais crítica, que dialoga com os riscos e preocupações sobre as consequências dos usos e interações com tecnologias e empresas desse setor. Mas como essas dimensões se organizam e em que medida elas se diferenciam?

Nesse contexto, esse estudo examina três questões:

**Q1:** Os jornalistas apresentam fatores latentes sobre os efeitos das tecnologias?

**Q2:** Os jornalistas atribuem pesos distintos a esses fatores latentes?

**Q3:** Há diferenças na coesão interna desses fatores?

O exame dessas questões oferece não apenas evidências para uma discussão mais profunda da interação entre jornalistas e tecnologia, mas, sobretudo, por discutir, em nível agregado, o paradoxo tecnológico do jornalismo. Como observado, esse paradoxo consiste na visão disseminada de que o jornalismo precisa se adaptar a tecnologias controladas pelas big techs que, por sua vez, são apontadas como o principal fator com impactos negativos sobre o campo jornalístico. A maneira pela qual as crenças e percepções do campo profissional dialoga com essas dimensões é um ponto fundamental e deve ser mais bem examinado.

## **Metodologia**

Os dados utilizados nesta pesquisa foram coletados entre 5 de fevereiro e 30 de abril de 2023, por meio de questionário online direcionado para grupos de jornalistas no WhatsApp, bem como a partir de chamadas em redes sociais, como *Facebook* e *Twitter* (hoje, *X*). Nesses dois canais, foi solicitado que os participantes compartilhassem em demais grupos de jornalistas. Ao fim dos três meses de coleta, participaram 230 respondentes que se autodeclararam jornalistas. Para participar, o respondente precisou identificar-se com conta de e-mail e nome, informações utilizadas para controle de possíveis duplicações nas respostas.

O questionário apresentou uma bateria de 27 perguntas, organizadas em três grupos: 1- Características do respondente, 2- Usos da Tecnologia e 3- Percepções. A primeira buscou mapear o perfil do participante, como idade, estado, gênero, cor/raça e tamanho da organização para a qual prestava serviço. O grupo Percepções, que fundamenta este artigo, trouxe um conjunto de dez afirmações nas quais os jornalistas apresentaram respostas numa escala de Likert de 1 (discorda totalmente) a 5 (concorda totalmente). Todos os dados das respostas do questionário foram armazenados automaticamente em uma planilha eletrônica. Após o fim da coleta em dia 30 de abril, duas variáveis foram reclassificadas.

**Tabela 1– Perfil da Amostra**

<b>Gênero</b>		
Masculino	129	56
Feminino	100	44
<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100</b>
<b>Faixa etária</b>		
Até 20 anos	8	3,4
20 a 30 anos	67	29,1
30 a 40 anos	60	26
40 a 50 anos	45	19,5
Mais de 50 anos	50	21,7
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100</b>
<b>Região</b>		
	N	%
Centro-Oeste	14	6,1
Nordeste	69	30,1
Norte	2	0,9
Sudeste	133	58,1
Sul	11	4,8
<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100</b>

**Fonte:** o autor

No estudo, adotamos a Análise Fatorial Exploratória (AFE) e a Análise Fatorial Confirmatória (AFC), utilizamos as respostas em escala Likert de 10 perguntas do questionário que buscaram medir o nível de concordância e discordância dos jornalistas em diversos aspectos da relação com os usos da tecnologia ou interações com grandes

empresas de tecnologia. Três perguntas (Q19, Q20 e Q22) tiveram a escala de resposta invertida, para que a direção semântica do enunciado correspondesse ao sentido positivo.

**Tabela 2: Quadro síntese das perguntas e ajustes**

Questão	Enunciado das perguntas (respostas na escala Likert 1=Discordo Totalmente a 5=Concordo Totalmente)	Direção semântica	Ajuste da escala
Q18	A tecnologia é uma aliada do jornalismo, com potencial de transformar essa atividade, tornando-a mais eficiente e criativa.	Positiva	Mantida
Q19	A tecnologia tende a reduzir a independência jornalística, limitando o trabalho dos profissionais porque é orientada para a busca de audiência, sem foco na criatividade	Negativa	<b>Invertida</b>
Q20	As big techs (Instagram, Twitter, Facebook, Google, Amazon, Apple) trazem mais prejuízos para o jornalismo do que benefícios	Negativa	<b>Invertida</b>
Q21	As big techs são uma oportunidade de financiamento do jornalismo	Positiva	Mantida
Q22	A ideia do que é notícia mudou para pior após a internet e o aparecimento das redes sociais	Negativa	<b>Invertida</b>
Q23	O uso de robôs na produção de textos jornalísticos traz mais vantagens que desvantagens	Positiva	Mantida
Q24	Como todo mundo é atingido por muitas informações diariamente por causa do uso intenso de redes sociais, cabe ao jornalismo contemporâneo focar na análise e na produção de reportagens em profundidade	Positiva	Mantida
Q25	A atividade jornalística (produção e edição de conteúdo) deve hoje se preocupar também com estratégias de negócio da organização jornalística (impulsionar audiência, buscar novos assinantes, promover eventos que atraiam anunciantes)	Positiva	Mantida
Q26	O jornalista deve ser multidisciplinar e estar disposto a aprender outras áreas do conhecimento como tecnologia, liderança, vendas e negócios	Positiva	Mantida
Q27	O uso de algoritmos pelas organizações jornalísticas deve ser uma prioridade porque ajuda na produção e disseminação de conteúdos	Positiva	Mantida

Fonte: o autor

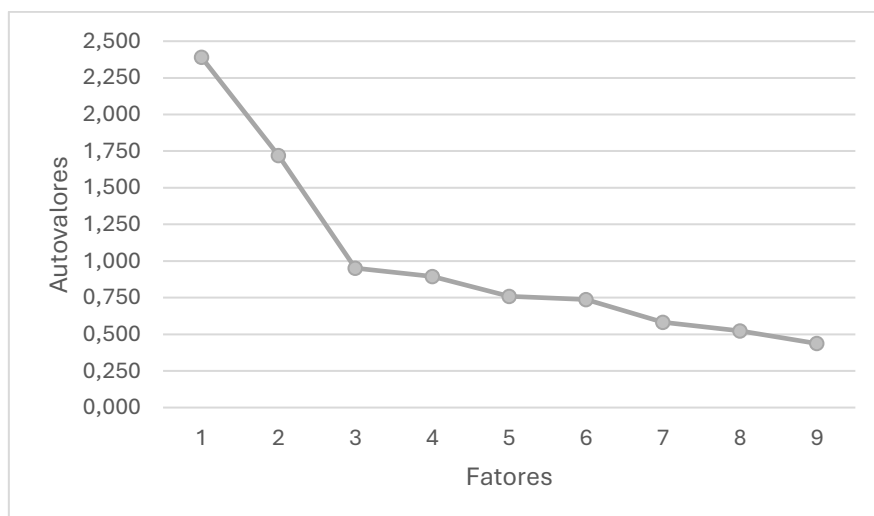
## Análise dos dados

O primeiro teste deste estudo consistiu em verificar se havia correlação suficiente na matriz composta pelas dez perguntas utilizadas na análise, de modo a permitir que pudessemos seguir com a aplicação da análise fatorial. Para isso, foi utilizado o teste de esfericidade de Bartlett. O resultado apresentou p-valor inferior a 0,0001, indicando haver correlações significativas, validando, portanto, a análise.

Em seguida, aplicamos o teste KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) para verificar a adequação da amostra para a análise fatorial, ou seja, avaliar o grau de correlação parcial entre os itens da escala de forma que seja possível agrupá-los em fatores. O índice varia de 0 a 1, sendo que valores acima de 0,6 são considerados aceitáveis, enquanto valores acima de 0,7 indicam boa adequação. No teste, o valor obtido chegou a 0,708, sugerindo que os dados apresentam correlações suficientes para justificar a aplicação da análise fatorial.

Na sequência, identificamos a estrutura latente dos itens da escala, utilizando o método de extração baseado em autovalores (*eigenvalues*). O procedimento consiste em ajustar o modelo fatorial aos dados e extrair os autovalores de cada componente. Os resultados indicaram a existência de autovalores superiores a 1 — especificamente 2,39 e 1,72 — o que, segundo o critério de Kaiser, justificaria a retenção de dois fatores principais. Em outros termos, esses dois fatores explicam uma proporção significativa da variância total dos dados, enquanto os demais apresentaram valores inferiores a 1, sugerindo que não contribuem substancialmente para a estrutura latente.

**Figura 1: Extração dos autovalores**



Fonte: o autor

A análise das cargas fatoriais de cada item, a partir do modelo rotacional *oblímin*, apresentou maior parcimônia, ou seja, explicando bem os dados com menos complexidade; clareza conceitual, no sentido de que os fatores representam dois polos bem definidos, e melhor adequação da distribuição das cargas, com os itens se agrupando de forma mais consistente, com menos ambiguidade possível. Durante os testes, a Q23 foi excluída da análise por apresentar forte ambivalência na carga fatorial. Entre as cargas do Fator 2, a Q18 apresentou força menos consistente, abaixo do limite de 0,400, mesmo assim, decidimos mantê-la, como discutiremos ao analisar os testes de *Cronbach*.

Com as perguntas e as cargas definidas, nomeamos o Fator 1 como “Jornalismo Inovador e Estratégico” considerando as questões 21, 24, 25, 26 e 27. Esse conjunto de perguntas sugerem uma perspectiva mais entusiasmada do uso ou do impacto das tecnologias nas práticas jornalísticas. Nesse grupo estão, por exemplo, questão como a percepção sobre a relação com as big techs, o foco na análise e profundidade da produção jornalística, além das estratégias de negócio, necessidade de multidisciplinaridade e uso de algoritmos. São questões, portanto, que sugerem uma postura profissional que identifica oportunidades no contexto da inovação tecnológica.

Com o conjunto de questões definidas pelas cargas fatoriais do Fator 2, por sua vez, nomeamos esse grupo como “Ceticismo Digital”. Nesse grupo, estão as perguntas 18, 19, 20 e 22. Essas perguntas abordam uma visão mais crítica dos usos e impactos da tecnologia no jornalismo, com questões sobre a ideia da tecnologia como aliada do jornalismo, a independência jornalística, os prejuízos gerados na atuação das big techs e a visão negativa sobre o conceito de notícia no ambiente das redes digitais.

**Tabela 3: Resumo das cargas fatoriais**

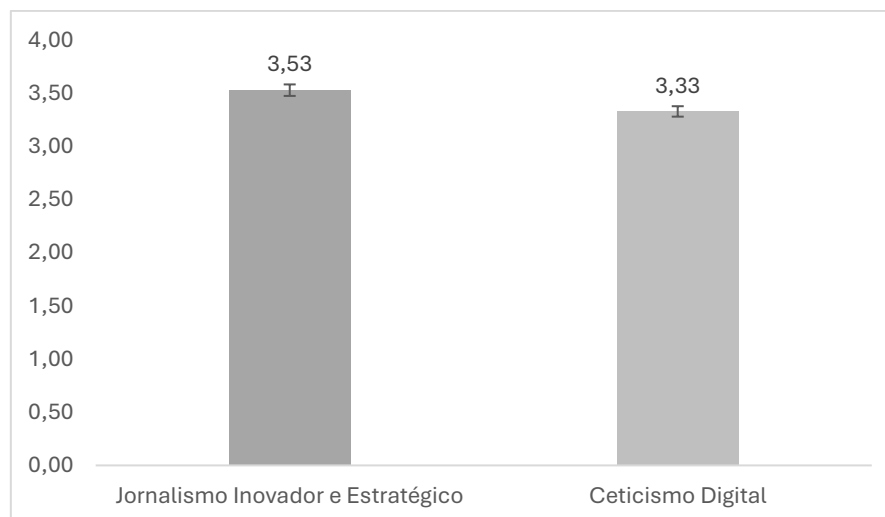
Questão	Resumo do enunciado	Inovação e Estratégia	Ceticismo Digital
Q18	Tecnologia como aliada do jornalismo	0.185	<b>0.358</b>
Q21	Big techs como oportunidade de financiamento	<b>0.400</b>	0.165
Q24	Foco em análise e profundidade	<b>0.403</b>	-0.230
Q25	Estratégias de negócio no jornalismo	<b>0.706</b>	-0.014
Q26	Multidisciplinaridade do jornalista	<b>0.695</b>	-0.096
Q27	Prioridade no uso de algoritmos	<b>0.649</b>	0.156
Q19	Tecnologia limita independência jornalística	0.055	<b>0.515</b>
Q20	Big techs trazem mais prejuízos que benefícios	0.017	<b>0.487</b>
Q22	A ideia de notícia piorou com redes sociais	-0.17	<b>0.496</b>

Fonte: o autor

A partir da estrutura bifatorial confirmada (Q1), passamos a examinar a Q2, que investiga se os jornalistas atribuem maior peso a uma dimensão em detrimento da outra. Para isso, realizamos o teste de *Shapiro-Wilk* para avaliar a normalidade dos escores fatoriais. Os resultados ( $p=0.05$ ) indicaram violação do pressuposto de normalidade, levando à aplicação do teste não paramétrico de *Wilcoxon* para a comparação entre os escores médios dos dois fatores.

O teste detectou uma diferença estatisticamente significativa entre os dois fatores ( $p < 0.01$ ). Em outros termos, os respondentes avaliaram os dois conjuntos de questões de forma diferente. O teste de *Wilcoxon* indicou, contudo, que o tamanho de efeito é moderado ( $RBC = 0.247$ ). Ou seja, a magnitude da diferença entre os escores reflete uma tendência consistente, ainda que não acentuada de superioridade do fator 1 em relação ao fator 2. Nesse sentido, como a média do primeiro fator é significativamente superior comparado ao segundo fator, também encontramos evidências que ajudam a responder Q2. Os jornalistas recorrem não apenas a duas dimensões interpretativas sobre a relação dessa atividade com a tecnologia, como tendem a concordar mais com a perspectiva Inovadora e Estratégica do que com o Ceticismo Digital.

**Figura 2: Distribuição da média e do erro padrão**



Fonte: o autor. Nota: O cálculo do Erro Padrão da Média atende a fins exploratórios, permitindo avaliar a estabilidade das médias observadas dentro do grupo de participantes. *Jornalismo Inovador e Estratégico* ( $M = 3.53$ ;  $SD = 0.83$ ) e *Ceticismo Digital* ( $M = 3.33$ ;  $SD = 0.75$ ), com base em respostas de 230 participantes. As barras de erro representam o Erro Padrão da Média (SEM), calculado como  $SD / \sqrt{n}$ , resultando em 0.054 para Jornalismo e 0.049 para Ceticismo.

Como complemento à AFE, realizamos a Análise Fatorial Confirmatória (AFC), com o objetivo de testar a estrutura bifatorial previamente identificada. Os resultados da AFC indicaram que a covariância entre os fatores não atingiu significância estatística ( $p=0.854$ ). Embora a AFE tenha utilizado uma rotação oblíqua (*Oblimin*), o modelo confirmatório sugere que as duas dimensões (Inovação e Ceticismo) podem ser tratadas como construtos independentes.

Esse é um achado importante, pois contraria a expectativa de que o otimismo e o ceticismo seriam polos correlacionados de uma mesma atitude. Na verdade, o teste demonstra que os jornalistas internalizam o paradoxo tecnológico em duas dimensões de percepção coexistentes e estatisticamente distintas. Em outros termos, a independência estatística significa que a atitude de um jornalista em relação à Inovação não prediz sua atitude em relação ao Ceticismo. As duas atitudes coexistem, mas são motivadas ou percebidas de forma separada pelos jornalistas.

Os resultados da AFC indicaram que os itens apresentam cargas fatoriais elevadas e estatisticamente significativas em seus respectivos fatores, corroborando a validade da estrutura proposta. Além disso, vimos que os fatores são independentes. Os índices de ajuste global do modelo, por sua vez, revelaram um ajuste moderado ( $CFI = 0.875$ ;  $RMSEA = 0.075$ ), demonstrando que, embora a estrutura fatorial seja teoricamente consistente e estatisticamente plausível, há espaço para refinamentos no modelo.

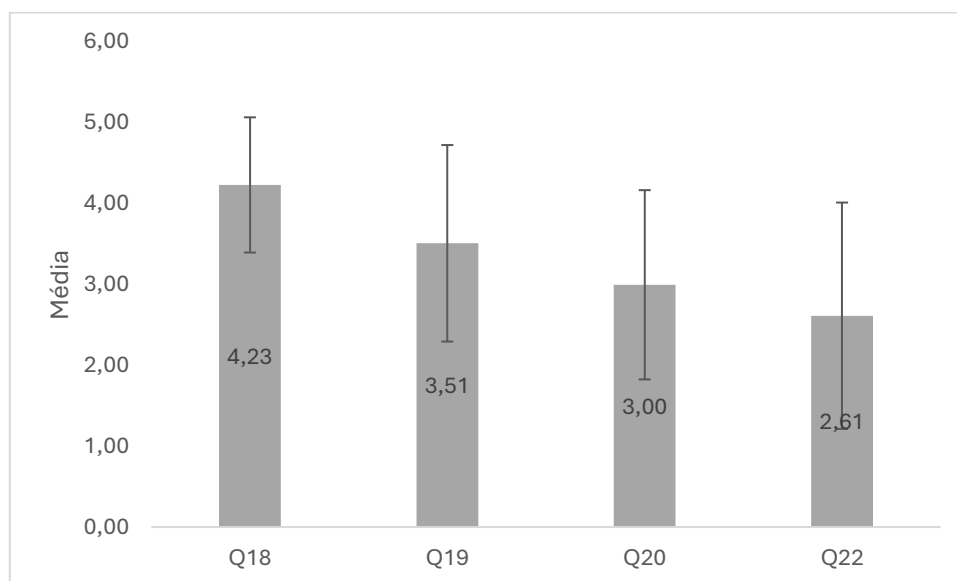
Após a confirmação da estrutura bifatorial, aplicamos o teste Alfa de *Cronbach* para avaliar a consistência interna de cada dimensão. O fator Jornalismo Inovador e Estratégico apresentou alfa elevado ( $\alpha = 0.701$ ), indicando homogeneidade nas respostas. O fator Ceticismo Digital, contudo, registrou valor mais baixo ( $\alpha = 0.504$ ). Testes adicionais com exclusão cumulativa de itens no Fator 2 resultaram em variações mínimas no coeficiente, sugerindo que a baixa consistência não estaria concentrada em um único item, mas possivelmente na heterogeneidade dos dados. Os testes com exclusões cumulativas permitiram ainda decidir pela manutenção da Q18, que apresentou carga fatorial não tão alta, mas cuja exclusão teve pouco impacto no teste de *Cronbach*.

O comparativo dos dois resultados de *Cronbach* responde à Q3 (consistência interna dos fatores). Há evidências de que a visão crítica apresenta menor consistência interna. Isto é, a dimensão crítica ao uso de tecnologias apresenta uma baixa coesão no comparativo com a dimensão inovação e estratégia.

O baixo valor do *Cronbach* para o fator ceticismo levou a uma análise mais específica das questões deste grupo, no sentido de melhor compreender o comportamento dos dados. De uma maneira geral, a distribuição das médias e desvios-padrões das questões 18, 19, 20 e 22 mostram a existência de discrepâncias nas percepções críticas entre os jornalistas, achado relevante para o escopo deste estudo.

A Q18 apresentou média de 4.23 e baixo DP (0.84), indicando forte concordância e baixa dispersão entre os respondentes. Os jornalistas tendem a apresentar uma visão positiva e mais consensual da tecnologia como aliada do jornalismo, visão, portanto, com baixo ceticismo digital. Nas demais questões notamos maior grau de divergência dos respondentes. A Q19 apresentou média de 3.51 e DP de 1.21, ou seja, um comportamento que aponta para uma concordância moderada, mas com alta dispersão. Nesse sentido, é possível dizer que há uma visão crítica, contudo, menos consolidada, em razão de opiniões divergentes sobre o impacto da tecnologia. Esse comportamento é semelhante ao registrado na Q20, que mediu a percepção dos entrevistados quanto aos efeitos das big techs no jornalismo. A média foi 3.0 com DP de 1.17, indicando uma posição ainda menos clara e com alta dispersão. Em outros termos, os jornalistas apresentaram uma visão mais ambivalente sobre o impacto das grandes empresas de tecnologia.

**Figura 3: Média e desvio-padrão das questões Ceticismo Digital**



Fonte: o autor

Nota: As barras de erro representam o Desvio Padrão (DP) das respostas, indicando a Dispersão dos dados: Q18 (M = 4.23; DP = 0.84). Q19 (M = 3.51; DP = 1.21). Q20 (M = 3.00; DP = 1.17) e Q22 (M = 2.61; DP = 1.40).

Finalmente, a Q22, que mediu a percepção dos jornalistas sobre as mudanças para pior na ideia do que seja notícia após a chegada das redes sociais, apresentou média mais baixa (2.61) e DP de 1.40. Nesse caso, os respondentes tenderam a concordar menos com a afirmação (baixa visão crítica). Além disso, o valor elevado do DP sugere grande dispersão nas respostas, o que pode indicar a existência de grupos com visões divergentes — alguns mais críticos, outros menos. Os dados, portanto, apontam para uma percepção fragmentada entre os jornalistas na questão sobre notícia e redes sociais.

Esse conjunto de dados demonstra que a perspectiva crítica dos jornalistas, salvo limitações na interpretação das questões respondidas, tende a apresentar uma consistência mais baixa em razão das diferentes visões dos respondentes e, desse modo, menos congruentes (Ceticismo Digital), comportamento capturado no baixo valor do teste de *Cronbach*. Por outro lado, os jornalistas que participaram da amostra apresentam uma compreensão mais otimista e mais consistente sobre os efeitos positivos da tecnologia nesse campo profissional (Inovação e Estratégia), como sugere o resultado do teste de *Cronbach* alto.

## **Discussão**

O paradoxo tecnológico constituiu hoje um dos pontos críticos da atuação do campo jornalístico. Enquanto esteve sob seu domínio as tecnologias de produção e distribuição noticiosa (prensa, rádio e TV), o jornalismo pôde se constituir não apenas como empresa concentrada no mercado da informação, mas também como espaço de desenvolvimento de uma atividade profissional, com rotinas, valores, papéis e atribuições. A institucionalização do jornalismo, isto é, o reconhecimento do seu espaço de atuação e da sua responsabilidade na mediação do debate público, decorre desse duplo processo verificado ao longo de todo o século XX.

A emergência das tecnologias digitais de comunicação em meados dos anos 90, contudo, representou um ponto de inflexão de uma crescente e profunda transformação do jornalismo como empresa, atividade profissional e instituição. Na literatura especializada, o ponto de virada ocorre quando o domínio das tecnologias de produção e distribuição, sobretudo, saem do campo jornalístico e passa para as grandes empresas tecnologia, as chamadas big techs. Seja nos processos de apuração, interação ou distribuição noticiosa,

o jornalismo se vê hoje dependente, em grande medida, das tecnologias das big techs, com seus interesses e lógicas próprias.

Nessa perspectiva, o paradoxo tecnológico do jornalismo ocorre em razão das escolhas do campo profissional. Por um lado, o jornalismo vê a expansão da tecnologia digital como oportunidade de reinventar e transformar a atividade. Contudo, esse mesmo movimento amplia sobremaneira a dependência de tecnologias sob o domínio de empresas estranhas ao campo da produção noticiosa e do papel institucional até então atribuído ao jornalismo.

Este estudo apresenta achados que contribuem para um aprofundamento desse debate. Diferentemente de outras pesquisas que avaliaram percepções dos jornalistas sobre tecnologias específicas, como IA, redes sociais, plataformas, entre outros, sem uma visão mais abrangente sobre as crenças desses profissionais que, muitas vezes, legitimam e repercutem nas escolhas mais estruturais do campo, nosso estudo procurou direcionar o olhar para essa questão. Como os jornalistas percebem os usos das tecnologias?

A partir de dados do *survey* aplicado com 230 profissionais brasileiros, aplicamos uma série de testes estatísticos para verificar três hipóteses. Na primeira delas, com a aplicação da Análise Fatorial Exploratória e Análise Fatorial Confirmatória, encontramos evidências de que os jornalistas que participaram da nossa amostra apresentam uma estrutura bifatorial em sua relação com a tecnologia, distinguindo claramente entre uma perspectiva entusiasmada e uma visão crítica.

Esse achado ilustra, com clareza, a presença do paradoxo tecnológico. Os profissionais estão alinhados com duas visões. A primeira delas busca identificar oportunidades para a atividade, empresas e até mesmo para o espaço institucional da atividade (Jornalismo Inovador e Estratégico), enquanto na segunda os jornalistas se mostram menos otimistas (Ceticismo Digital) com a tecnologia. Esse primeiro achado confirma o que a literatura do campo tem apontado, qual seja, a existência de usos de tecnologias que podem ampliar o potencial do jornalismo, bem como a identificação de inúmeros efeitos negativos sobre a profissão, suas práticas e sobrevivência das empresas.

Um segundo achado igualmente relevante mostrou que a visão otimista é significativamente mais forte que a visão crítica. Esse dado indica algo preocupante. O paradoxo tecnológico estaria sendo reforçado, com os jornalistas apresentando uma inclinação a favor de um maior uso e interação do aparato controlado por grandes

empresas de tecnologia. A percepção eminentemente positiva dos usos desses aparatos sugere um campo profissional mais aberto à inovação, dado de alta relevância, contudo, revela também uma atitude que tende a subjugar os riscos e consequências negativas da relação desigual com big techs, ou mesmo seus impactos de natureza ética.

Os achados Ekström, Ramsälv e Westlund (2022) revelam, por exemplo, implicações epistemológicas significativas da apropriação de análises de audiência na cultura jornalística orientada por dados, sustentando a hipótese de que a tecnologia afeta a profissão, seus valores e crenças. A pesquisa demonstrou que as métricas emergiram como um padrão superior na determinação do valor epistêmico das notícias, ou seja, o que é considerado conhecimento valioso para o público, moldando estratégias, diretrizes e discussões na redação, bem como o treinamento, avaliações e recompensas de jornalistas individuais. Em particular, a métrica interna de leituras concluídas (*completed reads*) tornou-se um KPI (*Key Performance Indicator*) sofisticado, direcionando não apenas cliques, mas o engajamento do leitor (Ekström, Ramsälv e Westlund 2022)

No contexto brasileiro, Christofolletti (2019) identificou por sua vez que há uma predisposição intrusiva dos jornalistas, facilitada pela tecnologia, no uso de bancos de dados reservados e mensagens instantâneas. Existiria ainda uma incerteza entre os jornalistas sobre os limites éticos e legais do uso de novas ferramentas como os drones para a captação de imagens, prática que revelaria um embaçamento das “fronteiras entre deslize ético e crime” (Christofolletti 2019,193). Nessa perspectiva, uma baixa visão crítica no uso de tecnologias suscita questão não apenas sobre a sobrevivência da empresa jornalística, mas também questões que afetam e transformam a atividade jornalística e o seu papel como instituição.

O terceiro achado desta pesquisa está diretamente relacionado à segunda. A problematização da perspectiva crítica, isto é, do fator Ceticismo Digital, confirmou que essa dimensão apresenta uma consistência interna inferior ( $\alpha = 0.501$ ) ao fator Inovação e Estratégia ( $\alpha = 0,701$ ), sugerindo que, entre os profissionais, há um menor acordo sobre os impactos negativos da tecnologia digital.

A análise das questões que agrupam a perspectiva do Ceticismo Digital expressa bem essas diferenças, não em apenas em razão da variabilidade alta entre as questões, como taxas de concordância média que variaram de 4,23 a 2,61, em uma escala que vai de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). Em resumo, os jornalistas estão mais

certos dos efeitos positivos dos usos das tecnologias do que sobre os impactos negativos. Novamente, esse achado ilustra uma preocupação apontada em outros estudos.

Essa compreensão, contudo, precisa ser conjugada com outro achado. É crucial analisar a proximidade das médias em conjunto. Embora o teste de Wilcoxon (Q2) tenha encontrado uma diferença significativa entre o Fator 1 e o Fator 2, essa diferença tem um tamanho de efeito apenas moderado (). Em outras palavras, as dimensões não estão profundamente distantes em termos de prevalência. Este achado, combinado com a independência estatística verificada na AFC, sugere que o paradoxo tecnológico se manifesta como duas posturas igualmente presentes, reforçando que os jornalistas não se movem num *continuum* único. O paradoxo é, portanto, a coexistência dessas posturas desvinculadas: o jornalista pode perceber o uso de uma tecnologia como positiva e, simultaneamente, manter sua percepção sobre os riscos.

Essa proximidade dialoga com achados de outros estudos que identificaram preocupações dos jornalistas com o uso da IA. O desejo de usar inovações pode, muitas vezes, se filtrada pelo ceticismo digital, nesse caso, traduzida pelo nível de confiança dos profissionais na aplicação de uma tecnologia emergente, como a Inteligência Artificial. Wu e Li (2024) argumentam que, apesar de uma alta disposição dos jornalistas para utilizar a AI, essa aceitação é significativamente e negativamente impactada pela percepção de diversos riscos, entre eles, os riscos funcionais relacionados às limitações da AI. Nesse sentido, os autores observam que a confiança na tecnologia atua como um fator mediador fundamental nos usos que os jornalistas fazem da IA (Wu e Li, 2024).

Embora os nossos achados apresentem limitações, pois se trata da análise de uma amostra por conveniência que não permite extrapolar suas conclusões, temos indícios consistentes de que o paradoxo tecnológico discutido em diversos estudos está presente na percepção dos jornalistas brasileiros que participaram desse estudo. Esse dado sugere que esses profissionais, embora apresentem maior concordância sobre os efeitos positivos dos usos de tecnologias digitais, não se enquadrariam em um tipo de otimismo acrítico.

Contudo, embora também apresentem uma visão crítica, a média desse fator foi não apenas menor, como muito próxima do ponto médio da escala, indicando uma maior ambivalência dos profissionais na dimensão crítica. Acreditamos que esses achados contribuem para uma visão com mais nuances sobre a relação entre jornalismo e

tecnologias digitais, indicando a necessidade de novos estudos, em especial pesquisas longitudinais que examinem o comportamento dessas duas dimensões.

## Notas

1. O autor declara não haver conflitos de interesse relevantes para o conteúdo deste artigo.
2. Este estudo utilizou Inteligência Artificial para auxiliar na produção do código de programação em *python* para a análise dos dados e revisão crítica dos achados estatísticos. Também foi utilizada IA para revisão gramatical do texto.
3. Os dados da pesquisa estarão disponíveis assim que o estudo for publicado em revista acadêmica com revisão por pares.

## Referências

1. Anderson, C. W., Emily Bell, and Clay Shirky. 2012. *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*. New York: Tow Center for Digital Journalism.
2. Bell, E., and T. Owen. 2017. *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism*. New York: Columbia Journalism School.
3. Belair-Gagnon, Valerie, Rodrigo Zamith, and Avery E. Holton. 2020. “Role Orientations and Audience Metrics in Newsrooms: An Examination of Journalistic Perceptions and their Drivers.” *Digital Journalism* 7 (9): 1215–1229. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1591166>.
4. Cheruiyot, David, Stefan Baack, and Raul Ferrer-Conill. 2019. “Data Journalism Beyond Legacy Media: The Case of African and European Civic Technology Organizations.” *Digital Journalism* 7 (9): 1215–29. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1591166>.
5. Christofolletti, Rogério. 2019. “Percepções de jornalistas brasileiros sobre privacidade.” *Matrizes* 13 (2): 179–197. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i2p179-197>.
6. Christofolletti, Rogério. 2025. “Ameaças das plataformas digitais ao jornalismo: contributos para a regulação.” *Estudos Avançados* 39 (113). <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.202539113.017>.
7. Cools, Hannes, and Nicholas Diakopoulos. 2024. “Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists’ Perceptions of Perils and Possibilities.” *Journalism Practice*, August, 1–19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558>
8. Cools, Hannes, and R. Vreese. 2025. “From Automation to Transformation with AI-Tools: Exploring the Professional Norms and the Perceptions of Responsible AI in a News Organization.” *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2505982>.

9. Cunha, Rodrigo. 2020. “Jornalismo, Visualização de Dados e Percepção Sobre o Leitores.” *Brazilian Journalism Research* 16 (3): 1–18. <https://doi.org/10.25200/BJR.v16n3.2020.1309>.
10. DalBen Furtado, Silvia. 2020. “Jornalismo Automatizado no Brasil: análise de três robôs no Twitter.” *Brazilian Journalism Research* 16 (3): 476–501. <https://doi.org/10.25200/BJR.v16n3.2021.1305>.
11. De-Lima-Santos, M. F., and R. Salaverría. 2021. “From Data Journalism to Artificial Intelligence: Challenges Faced by La Nación to Implement Computer Vision in News Reporting.” *Palabra Clave*, in press.
12. Deuze M, Witschge T. 2017. “Beyond journalism: theorizing the transformation of journalism. *Journalism*” 19(2):165–181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
13. De-Lima-Santos, Mathias-Felipe. 2022. “ProPublica’s Data Journalism: How Multidisciplinary Teams and Hybrid Profiles Create Impactful Data Stories.” *Media and Communication* 10 (1): 5–15. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4433>.
14. De-Lima-Santos, Mathias-Felipe, and Lucia Mesquita. 2021. “In a Search for Sustainability: Digitalization and Its Influence on Business Models in Latin America.” In *Journalism, Data and Technology in Latin America*, edited by Ramón Salaverría and Mathias-Felipe De-Lima-Santos, 55–96. Cham: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-65860-1\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-65860-1_3).
15. Ekström, Mats, Amanda Ramsälv, and Oscar Westlund. 2021. “Data-driven news work culture: reconciling tensions in epistemic values and practices of news.” *Journalism* 23 (4): 761–772.
16. García-Orosa, Berta, Xosé López-García, and Jorge Vázquez-Herrero. 2020. “Journalism in Digital Native Media: Beyond Technological Determinism.” *Media and Communication* 8 (2): 5–15. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2702>.
17. Nilsen, Rasmus K., and Sarah A. Ganter. 2022. *The Power of Platforms: Shaping Media*.
18. Oh, Sangyon and Jaemin Jung. 2025. “Harmonizing Traditional Journalistic Values With Emerging AI Technologies: A Systematic Review of Journalists’ Perception.” *Media and Communication* 13: Article 9495. <https://doi.org/10.17645/mac.9495>.
19. Pariser, Eli. 2012. *O Filtro Invisível: O Que a Internet Está Escondendo de Você*. Rio de Janeiro: Zahar.
20. Pithan, Liana Haygert, Janaína Kalsing, and Vivian Augustin Eichler. 2020. “Percepção de jornalistas a respeito do trabalho sob a influência de métricas de audiência.” *Estudos em Jornalismo e Mídia* 17 (1): 1–20.
21. Poell, T., and D. Nieborg. 2020. “Platforms and Cultural Production: Remapping the Digital Media Industries.” *Social Media + Society* 6 (4). <https://doi.org/10.1177/2056305120975079>.
22. Ramírez, Diego García. 2021. “O Jornalismo na Economia da Atenção: a relação entre plataformas digitais e organizações jornalísticas.” *Estudos Avançados* 39 (113). <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.202539113.018>.
23. Salaverría, Ramón, and Mathias-Felipe De-Lima-Santos, eds. 2021. *Journalism, Data and Technology in Latin America*. Cham: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-65860-1\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-65860-1_3).

24. São Paulo, Folha. 2024. “A inteligência artificial está prestes a matar o que resta do jornalismo?”. <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/05/a-inteligencia-artificial-esta-prestes-a-matar-o-que-resta-do-jornalismo.shtml>
25. Steensen, Steen, and Oscar Westlund. 2020. *What is Digital Journalism Studies?* London; New York: Routledge.
26. Träsel, Marcelo. 2014. “Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker.” *Estudos em Jornalismo e Mídia* 11 (1): 291–304. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n1p291>.
27. Van Dijck, José, Thomas Poell and Martijn de Waal. 2018. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Nova York: Oxford University Press.
28. Westlund, Oscar, Arne H. Krumsvik, and Seth C. Lewis. 2020. “Competition, Change, and Coordination and Collaboration: Tracing News Executives’ Perceptions About Participation in Media Innovation.” *Journalism Studies* 22 (1): 1–21. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1835526>.
29. Whittaker, Jason. 2019. *Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism*. Routledge Research in Journalism. Londres: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351013758>.
30. Wölker, David, and Tobias Powell. 2018. “Algorithms in the Newsroom: News Readers’ Perceived Credibility and Selection of Automated Journalism.” *Journalism* 22 (1): 85–104.
31. Wu, Qiong, and Jiajia Li. 2024. “Journalists’ Technological Trust and Willingness to Use Generative AI: A Perspective Based on Risk Perception Theory.” Paper presented at 7th International Conference on Human Computer Interaction (ICHCI), September 2024.
32. Wu, Shangyuan, Edson C. Tandoc Jr., and Charles T. Salmon. 2018. “Journalism Reconfigured.” *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1521299>.

## Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.