



**Jornalismo e Redes Sociais Digitais:  
o Facebook na produção jornalística do site *Repórter Parintins*<sup>1</sup>**

Jonathas Muniz da SILVA JÚNIOR<sup>2</sup>

Marina MAGALHÃES<sup>3</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Parintins, AM

**Resumo**

O presente artigo apresenta um panorama da colaboração das redes sociais digitais na produção jornalística, buscando relacionar o uso da internet, por meio do Facebook, aos efeitos provocados em uma sociedade conectada. Para compreender como esta rede social digital pode auxiliar na produção jornalística no contexto estudado, na cidade de Parintins, no Baixo Amazonas, a metodologia parte de uma revisão bibliográfica e envolve um estudo de caso do site *Repórter Parintins*, desenvolvido no período de 1º a 7 de abril de 2022. Ao aplicar como categorias de análise as características do webjornalismo – interatividade, customização ou personalização, hipertextualidade, multimídia, memória, instantaneidade e ubiquidade, o estudo revela que, apesar das potencialidades oferecidas pelo meio digital, o site não as explora com veemência.

**Palavras-chave:** Redes sociais digitais; Facebook; Jornalismo; Webjornalismo; *Repórter Parintins*.

**Introdução**

Com o avanço da internet surgiram as chamadas redes sociais digitais, plataformas que permitem que pessoas com interesses semelhantes se reúnam e compartilhem informações. Massuchin e Carvalho (2016) afirmam que a internet proporciona novas formas tanto de produção e distribuição quanto de consumo de informação.

A internet se tornou um espaço relevante e estratégico para a difusão de conteúdo jornalístico porque há um público em potencial que transita na rede. Hoje o Facebook, criado por Mark Zuckerberg em 4 de fevereiro de 2004, em Palo Alto, Califórnia (EUA), é uma das redes sociais mais acessadas no mundo. Segundo o site Statista (2022)<sup>4</sup>, o Brasil

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Comunicação em tempos de crise e interfaces tecnológicas.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Comunicação Social/Jornalismo pelo ICSEZ – UFAM, email: [jr.muniz07@gmail.com](mailto:jr.muniz07@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social/Jornalismo do ICSEZ-UFAM, email: [marinamagalhaes@msn.com](mailto:marinamagalhaes@msn.com).

<sup>4</sup> Statista é um portal online de estatísticas, que disponibiliza dados recolhidos por institutos de pesquisa de mercado.



atualmente conta com cerca de 148 milhões de usuários no Facebook, sendo o país com a maior base de usuários na América Latina, seguido por México, Colômbia e Argentina<sup>5</sup>.

Parintins não destoa desse cenário. Embora não existam números oficiais relacionados ao acesso às redes sociais digitais no município, sabe-se que os moradores da Ilha Tupinambarana estão conectados em redes. Tendo isso em mente, este estudo parte de uma revisão bibliográfica sobre webjornalismo para observar o uso do Facebook na produção do site *Repórter Parintins*, veículo de comunicação digital da cidade. Como categoria de análise, esta pesquisa focaliza a exploração das seguintes características webjornalísticas: interatividade, customização do conteúdo, hipertextualidade, multimídia, memória, instantaneidade e ubiquidade.

O estudo de caso do site *Repórter Parintins* foi desenvolvido no período de 1º a 7 de abril de 2022 e revelou que apesar das potencialidades oferecidas pelo meio digital, o site *Repórter Parintins* não as explora com veemência, limitando-se a uma customização padrão no Facebook, via notificação de temas de interesse, e a uma multimídia resumida ao uso de fotos, textos e raros vídeos. Porém, utiliza da hipertextualidade para direcionar os usuários do Facebook, por meio de clique nos posts, para as reportagens completa do site, bem como lança mão da ubiquidade ao estar presente em diversas plataformas – além do Facebook, YouTube, Instagram e Twitter.

### **As características do Webjornalismo**

A forma de se pensar e fazer jornalismo vem mudando com o avanço dos meios digitais. Dentro do ambiente digital, o jornalismo começa a adquirir características próprias que dinamizam os processos de produção, emissão e recepção de informação. E, na web, algumas características do jornalismo são potencializadas, enquanto outras são totalmente modificadas (PALACIOS, 2003).

Tais potencialidades podem ser exploradas através da interatividade, customização do conteúdo, hipertextualidade, multimídia, memória, instantaneidade e ubiquidade (CANAVILHAS, 2014). Logo, cumpre explicar neste tópico do artigo cada uma das características do webjornalismo atualmente.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/244936/number-of-facebook-users-in-brazil/>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

Para Lévy (1999), o que caracteriza a *interatividade* é a possibilidade, crescente com a evolução dos dispositivos técnicos, de transformar os envolvidos na comunicação, simultaneamente, em emissores e receptores da mensagem. Ou seja, a interatividade é uma série de processos, que através da expansão das novas tecnologias de comunicação se faz presente em nosso dia a dia através das redes.

A *customização do conteúdo* ou *personalização*, segundo Mielniczuk (2003), consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário. Essa característica consiste em um processo de individualização, em que o leitor tem a liberdade de realizar uma seleção dos assuntos de seu interesse, ou seja, organizar os conteúdos de acordo com a sua necessidade. Tal característica abre a possibilidade da criação de um modo de leitura individualizado através de hipertextos, tornando a experiência única.

Entra-se assim, em outra característica do webjornalismo, a *hipertextualidade*. Schindwein e Silva (2015) definem hipertexto como um documento eletrônico composto por páginas e ligações (links) entre elas. Uma das suas grandes diferenças em relação aos textos tradicionais é a forma de leitura: enquanto no texto tradicional temos um modo de leitura linear, no hipertexto temos uma leitura não-linear. Nesta, o leitor tem a liberdade de navegar através dos links e ler de acordo com sua preferência, conferindo aos textos uma dinâmica mais interativa.

Leffa e Vetromille-Castro (2008) comparam o hipertexto com o sistema solar.

O hipertexto no computador é um texto ao redor do qual gravitam outros textos, como um sistema planetário onde cada planeta pudesse assumir a qualquer momento a posição central do sol, determinado pela vontade do leitor (LEFFA; VETROMILLE-CASTRO, 2008, p.171).

Arelado ao hipertexto temos um sistema de *multimedialidade*, que para Mielniczuk (2003), no contexto do webjornalismo, caracteriza a convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico em um mesmo suporte. Para Lévy (1999, p.63), “o termo “multimídia” significa, em princípio, aquilo que emprega diversos suportes ou diversos veículos de comunicação”. Sendo assim, o termo diz respeito a um sistema composto por tecnologias de multimídias, utilizando um conjunto de linguagens para transmitir informação através de diversos meios como: textos, gráficos, som, imagem, áudio vídeos.



Todo esse avanço tecnológico nos traz uma das grandes vantagens da Internet, a *memória*. Através dessa característica, temos a possibilidade de arquivar documentos, rompendo as barreiras do espaço físico, facilitando o acesso a arquivos a qualquer momento. No jornalismo na web, a memória pode ser recuperada tanto pelo produtor da informação, quanto pelo usuário, através de arquivos online providos com motores de busca (*search engines*) que permitem múltiplos cruzamentos de palavras-chave e datas (indexação). “Sem limitações de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (instantaneidade e interatividade)” (PALACIOS et al., 2002, p.7).

Assim como as demais características aqui citadas, a memória é um recurso da mídia tradicional que sofreu adaptações para o ambiente digital, gerando uma nova forma de recepção de informação. Sendo assim, disponibiliza ao usuário um espaço virtual ilimitado, aumentando a quantidade de informação a sua disposição.

Mielniczuk (2003) descreve a *instantaneidade* como a rapidez na atualização das informações, que, por sua vez, também são recebidas em tempo real. Em outras mídias o conceito de instantaneidade está ligado à característica do “ao vivo”. Já no webjornalismo, tal característica permite uma atualização contínua dos fatos, algo que as mídias tradicionais não conseguem desenvolver com a mesma agilidade.

Por fim, chegamos à última característica do webjornalismo aqui relatada, a *ubiquidade*, que para Pavlik (2014) remete ao fato de poder ser encontrado em todo lugar. Com o mundo cada vez mais conectado, surge essa nova tendência, de se conectar de forma simultânea em plataformas e meios distintos. E na área da comunicação e da mídia, ubiquidade implica dizer que qualquer um, em qualquer lugar, pode ter acesso, ao menos potencialmente, a uma rede de comunicação interativa em tempo real. “Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global” (PAVLIK, 2014, p. 160).

Tal característica pode significar um processo democrático da informação, livre de restrição e acesso, por meio do qual todos os usuários podem acessar e produzir conteúdo para compartilhamento e distribuição global. Ou seja, tudo o que nós acessamos na internet pode estar em todos os lugares a qualquer momento. Hoje, o receptor não consome apenas a informação, mas, faz parte da sua construção e distribuição.



Mediante a todas essas potencialidades, um novo meio se abre, as redes sociais digitais<sup>6</sup>. As empresas de comunicação e jornalismo, conscientes disso, também lançam mão da característica da ubiquidade e se espalham pelos mais diversos canais midiáticos, inclusive as plataformas digitais, na busca por conquistar novos públicos e ir até onde os seus leitores, ouvintes e telespectadores estão.

### **O uso do Facebook pelo site *Repórter Parintins***

O *Repórter Parintins*, segundo dados postados em sua rede social digital Facebook, nasceu no dia 7 de abril de 2010, tendo como missão oferecer ao público parintinense um jornalismo que fosse “além dos fatos do dia a dia”. Na plataforma citada, o site jornalístico criou sua página em 21 de agosto de 2012, na qual conta com mais de 34 mil seguidores, segundo último levantamento realizado<sup>7</sup>.

No período compreendido entre os dias 1º e 7 de abril de 2022, foi desenvolvido um estudo de caso em torno da página do site *Repórter Parintins* no Facebook. Em uma primeira mirada, nota-se que a atuação da empresa jornalística na referida rede tem ênfase no Jornalismo Regional, retratando os fatos que acontecem em uma determinada localidade, limitando as notícias a uma região específica.

O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais, etc. [...] As pessoas acompanham os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão midiática de forma mais natural (PERUZZO, 2005, p. 7).

Desta forma, as notícias postadas são em sua maioria regionalizadas, trabalhando a proximidade com o cidadão na região.

Dito isso, o Facebook proporciona diversas ferramentas que auxiliam na produção de conteúdo, como curtir, reagir, comentar, compartilhar, enviar mensagens via

<sup>6</sup> Magalhães (2018) prefere adotar o termo redes sociais digitais, pois explica que as redes digitais não inventaram a ideia de rede, estando esta ligada a diversas extensões da vida cotidiana (ecologia, transporte, comunicação, sociedade etc.), e que muitos autores e estudos dirigidos ao campo da internet utilizam diferentes termos. Alguns denominam redes sociais (CASTELLS, 2013; RECUERO, 2009), redes digitais (DI FELICE; TORRES; YANAZAE, 2010) ou redes sociais digitais (DI FELICE, 2017). Diante disso, tendo como base a pesquisa da autora, adotou-se o referido termo na pesquisa, pois este abrange as questões de redes sociais contemporâneas, atravessadas pelo digital.

<sup>7</sup> Disponível em: <[https://web.facebook.com/reporterparintinsoficial/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/reporterparintinsoficial/?_rdc=1&_rdr)>. Acesso em: 15 jun. 2022.

Messenger<sup>8</sup> e a possibilidade de publicação de Stories<sup>9</sup>. Sendo assim, diante de tantos recursos oferecidos, como o site *Repórter Parintins* os utiliza na produção jornalística? Como são exploradas as características do webjornalismo na produção do *Repórter Parintins* nesta rede especificamente?

Apesar de ter 12 anos de atuação no mercado jornalístico parintinense, foram encontrados obstáculos para a realização da pesquisa acerca do veículo. Em primeiro lugar, pelo baixo número de publicações na página desta rede social. Depois, pela baixa interação com os usuários, tornando assim difícil a análise, conforme demonstramos na imagem a seguir, na qual expomos o número total diário de curtidas, comentários e compartilhamentos das publicações realizadas dentro do período investigado.

Dia	Publicações	Comentários	Curtidas	Compartilhamentos
01	21	04	233	0
02	04	0	60	0
03	-	-	-	-
04	19	17	342	31
05	05	07	179	02
06	11	04	185	01
07	11	03	103	0

Figura 1 - Tabela de números de publicações, comentários, curtidas e compartilhamentos  
Fonte: Tabela elaborada pelo autor a partir dos números da página do *Repórter Parintins* no Facebook

Apesar de algumas publicações possuírem curtidas, comentários e compartilhamentos a mais, é difícil encontrar as características do webjornalismo nos conteúdos difundidos nessa rede social digital. As características da interatividade, customização do conteúdo ou personalização, hipertextualidade, multimedialidade, memória, instantaneidade e ubiquidade se apresentam em nível baixo, muitas vezes passando quase despercebidas. Porém, foram encontrados resquícios de tais características em algumas publicações, sobre as quais discorreremos a seguir.

## Interatividade

<sup>8</sup> Messenger é o serviço de mensagens e bate-papo gratuito do Facebook, que possui seu próprio aplicativo e plataforma. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/facebook-messenger-o-que-e/>>. Acesso em: 10 abr. 2022.

<sup>9</sup> Stories é outro recurso do Facebook, trazendo coleções curtas de fotos e vídeos gerados por um usuário pessoal ou página de negócios. O conteúdo é disponibilizado por apenas 24 horas, desaparecendo automaticamente depois disso. Disponível em: <<https://blog.klickpages.com.br/facebook-stories/>>. Acesso em: 16 abr. 2022.

A interatividade é um recurso que facilita a dinâmica de troca entre emissor e receptor. Essa característica permite que o receptor interaja, corrigindo possíveis erros do jornalista, auxiliando na atualização da notícia ou simplesmente comentando o seu conteúdo. Na internet, o leitor pode enviar formulários com comentários sobre uma notícia e ver suas observações colocadas imediatamente à disposição de outros leitores. Logo, o leitor se sente fazendo parte diretamente do processo jornalístico (BRITO, 2010).

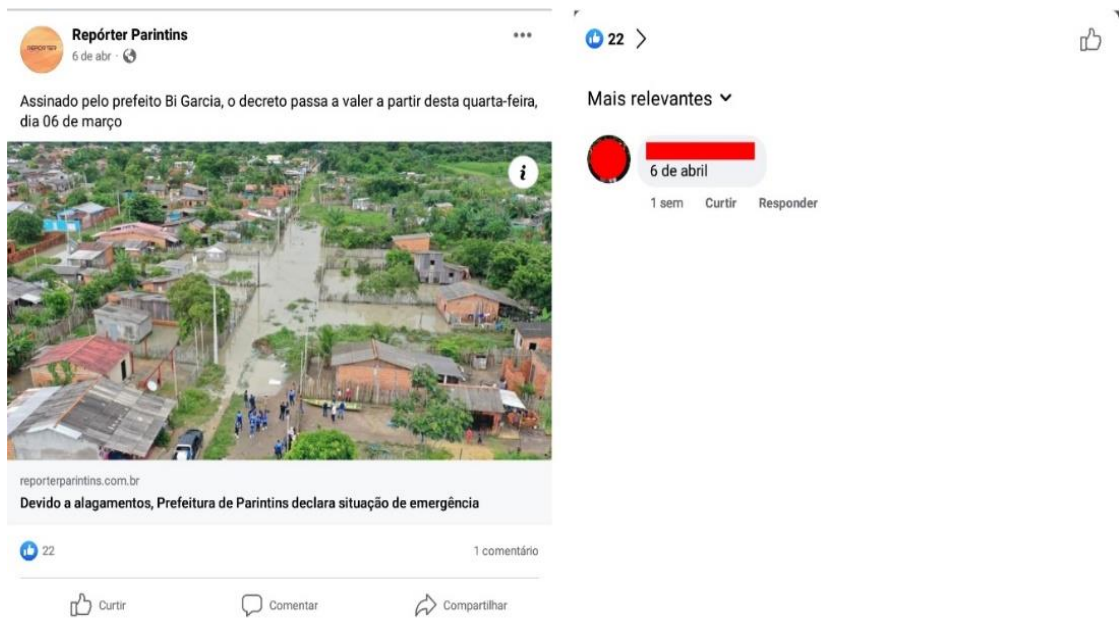


Figura 2 – Interatividade

Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor a partir da página do *Repórter Parintins* no Facebook

Na figura anterior, podemos observar a interatividade do usuário, ao comentar um erro na matéria publicada, fazendo com que a notícia permaneça atualizada. Apesar da colaboração do usuário, a página do site *Reporter Parintins* não atualizou a data da notícia. Mas, a correção feita nos comentários fica disponível para outros leitores, fazendo com que o usuário que a corrigiu participe, de algum modo, do processo jornalístico.

### Customização ou Personalização

O Facebook não oferece muitas ferramentas de customização, recurso que permite ao usuário escolher a informação de seu interesse. A customização, para Palacios et al. (2002), consiste na opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os interesses individuais. No caso do da página do site *Reporter Parintins* na plataforma, o usuário pode acionar o recurso “Ativar notificação dessa publicação”.

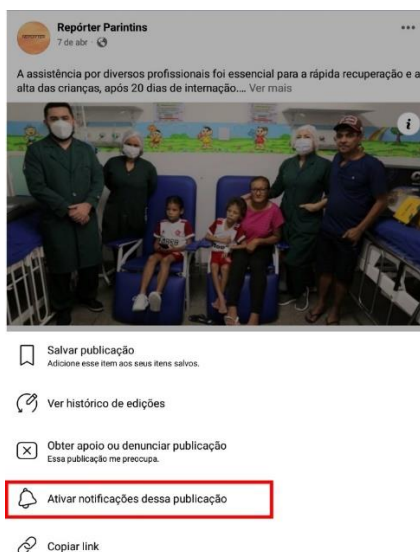


Figura 3 – Customização ou Personalização

Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor a partir da página do *Repórter Parintins* no Facebook

Tal ferramenta se enquadra no critério de customização, pois, se o usuário ativar as notificações de uma publicação, será avisado sempre que alguém comentá-la, ou seja, está personalizando segundo seu interesse. Logo, a ideia é reunir, classificar e filtrar o conteúdo disponível, incluindo as notícias mais interessantes (LORENZ, 2014).

### Hipertextualidade

Outra característica do webjornalismo é a hipertextualidade, que consiste em criar uma dinâmica maior no conteúdo, possibilitando ao usuário acessar diversas informações sobre um determinado assunto utilizando *hiperlinks*.

(...) o hipertexto é um conceito fundamental em toda a investigação desenvolvida no campo do jornalismo que se faz na web. A sua influência faz-se sentir em todas as áreas do webjornalismo porque interfere com a linguagem, os gêneros e com a forma como os receptores se relacionam com os conteúdos através da interatividade (CANAVILHAS, 2008, p. 2).

Essa característica pode ser vista na rede social digital no Facebook, na página do site *Repórter Parintins*.





Figura 1 – Hipertextualidade

Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor a partir da página do *Repórter Parintins* no Facebook

Na figura 4, é possível observar que o texto da publicação é seguido de um hiperlink, trazendo assim a característica de hipertextualidade. Pois, ao clicar na postagem o usuário será direcionado à página do site, na qual terá acesso à reportagem completa.

### Multimedialidade

O site do *Repórter Parintins* utiliza poucos recursos de multimedialidade em sua rede social digital Facebook, estando limitada apenas a fotos e, raramente, incluindo alguns vídeos. No período analisado não foram encontrados vídeos, somente fotos, o que revela os reflexos limitados desta característica.

O conceito de multimídia abrange especificidades de áreas de produção distintas, que compõem os elementos centrais de uma reportagem multimídia em que a integração de elementos visuais, interativos e dinâmicos demandam potencialidades de recursos com imagem, áudio, vídeo, infográfico e texto (NUNES, 2017, p. 41).



Figura 5 – Multimídia

Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor a partir da página do *Repórter Parintins* no Facebook

O Facebook oferece ferramentas que possibilitam a inserção de fotos, vídeos, *emojicons*<sup>10</sup>, anúncios de apresentação multimídia<sup>11</sup> e geolocalização; tais funções proporcionam um maior apelo visual. Apesar de ser uma característica com certo atrativo visual, sua apropriação pelo site jornalístico na rede social digital é limitada. Esta detém-se ao uso de imagens e de raros vídeos, mostrando a carência da exploração de tal ferramenta e de sua potencialidade, podendo ser melhor utilizada através dos cursos oferecidos pela própria rede social digital, por meio do Projeto Jornalista e do Facebook Blueprint<sup>12</sup>, que ensinam a explorar as ferramentas disponíveis na plataforma.

## Memória

Uma das características que facilitam o acesso à informação é a memória, já que as notícias ficam armazenadas em bancos de dados que possibilitam a sua navegação a

<sup>10</sup> Os emojis e emoticons são representações gráficas usadas para transmitir uma ideia, uma emoção ou um sentimento. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/emojis-emoticons/#:~:text=Os%20emojis%20e%20emoticons%20s%C3%A3o,comunica%C3%A7%C3%A3o%20instant%C3%A2nea%2C%20como%20o%20WhatsApp>>. Acesso em: 21 abr. 2022.

<sup>11</sup> Os anúncios de apresentação multimídia do Facebook são semelhantes a um vídeo e usam movimento, som e texto para contar a sua história de forma envolvente em diferentes dispositivos. Eles são carregados rapidamente, o que permite uma boa reprodução em qualquer velocidade de conexão. Disponível em: <[https://web.facebook.com/business/ads/slideshow-ad-format?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/business/ads/slideshow-ad-format?_rdc=1&_rdr)>. Acesso em: 21 abr. 2022.

<sup>12</sup> O Facebook Blueprint é uma plataforma que oferece cursos online na área do Marketing Digital. Disponível em: <[https://web.facebook.com/business/news/blueprint-j-conhece-o-nosso-programa-de-treinamento-de-marketing-para-facebook-e-instagram?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/business/news/blueprint-j-conhece-o-nosso-programa-de-treinamento-de-marketing-para-facebook-e-instagram?_rdc=1&_rdr)>. Acesso em: 21 abr. 2022.

qualquer momento. Isso permite ao emissor e receptor procurar informações por meio dos dados disponíveis de forma imediata e em volume cada vez maior. “(...) a memória rompe a barreira de espaço e tempo, deixando disponível ao usuário, informações publicadas nos momentos em que o usuário não estava conectado à rede” (REGES, 2010, p. 27).



Figura 6 – Memória

Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor a partir da página do *Repórter Parintins* no Facebook

Essa característica se apresenta na página do site no Facebook, *onde* todas as informações estão disponíveis, desde as mais recentes até as mais antigas. A memória, inclusive, foi uma ferramenta muito útil na produção do estudo, pois a disponibilidade de informações independentemente do tempo mostrou-se útil para quem busca informações antigas.

### Instantaneidade

Essa é uma das características menos vistas na página do *Repórter Parintins* no Facebook. Na figura 2, quando tratamos sobre a interatividade, vimos que um usuário ponderou sobre um erro contido na publicação do dia 6 de abril de 2022. Tal erro não foi corrigido, permanecendo meses depois na publicação, mostrando também a falta de instantaneidade e atenção por parte da empresa jornalística.

Na figura a seguir, mostramos que foi realizado o contato de um dos autores deste estudo, via Messenger, com a gestão da página no Facebook, no intuito de buscar informações referentes à equipe, e para sanar também outras questões, como o dia que

que foi interrompida a circulação do jornal impresso. Porém, o retorno veio apenas depois de três semanas, mostrando a falta de instantaneidade na comunicação via plataforma.



Figura 7 – Instantaneidade

Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor a partir da página do *Repórter Parintins* no Facebook

Para Bradshaw (2014), a velocidade foi sempre algo intrínseco ao jornalismo – a notícia é, afinal, algo novo para alguém – e isto significa ser o primeiro a contar o fato ocorrido à audiência. E se a instantaneidade está presente nas publicações diárias, elas carecem de atualizações e interatividade. No caso analisado, percebe-se que o *Repórter Parintins* deixa a desejar em tal característica, que acabou por se tornar um ponto negativo da atividade do site nesta rede social digital.

### Ubiquidade

Ubiquidade é estar presente em todos os lugares ao mesmo tempo. Hoje, qualquer pessoa em qualquer lugar pode ter acesso à informação em tempo real. “(...) quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global.” (PAVLIK, 2014, p. 167).

Diante disso, o site *Repórter Parintins* tem 33.410 curtidas<sup>13</sup>, ou seja, está em 33.410 lugares diferentes ao mesmo tempo, sendo que possui também curtidas no

<sup>13</sup> Levantamento do número de curtidas na rede social digital mencionada em 15 de junho de 2022, por volta das 18h.

Instagram, YouTube e Twitter. Isso faz com que o acesso à informação rompa barreiras geográficas, se tornando ubíquo, levando a possibilidade de inúmeros compartilhamentos e comentários em diversos lugares de forma simultânea.



Figura 8 – Ubiquidade

Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor a partir da página do *Repórter Parintins* no Facebook

Em suma, a página do referido site no Facebook tem potencial, pois, levando em consideração os números aqui já apresentados em relação à população de Parintins<sup>14</sup>, vemos que se as características do webjornalismo forem bem exploradas, utilizando todas as suas potencialidades, ela terá um alcance ainda maior.

### Considerações finais

Este artigo teve como intuito analisar como o site *Repórter Parintins*, através de sua página na rede social digital Facebook, reflete características do webjornalismo, aqui apresentadas como interatividade, customização ou personalização, hipertextualidade, multimídia, memória, instantaneidade e ubiquidade.

Verificou-se no período analisado um baixo grau de interação com o usuário da rede social digital Facebook, potencial leitor do site. Observou-se um caso que um deles é ignorado ao reportar um erro jornalístico em uma das publicações. Isso mostra a falta de atividade por parte do jornalista na rede social digital, deixando as notícias desatualizadas, o que diminui a credibilidade da informação.

Apesar de as redes sociais digitais oferecerem inúmeras ferramentas, podendo gerar mais acesso e visibilidade, notou-se que tais recursos não são explorados pela

<sup>14</sup> Estimada em 116.439 pessoas em 2021, segundo dados do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/am/parintins/panorama>>. Acesso em: 15 jun. 2022.



empresa jornalística analisada no Facebook. O *Repórter Parintins* limita as publicações a um pequeno texto e *hiperlinks*, não explorando de forma mais regular fotos, vídeos, emoticons e outros recursos existentes na rede. A customização oferecida aos usuários também segue o padrão da plataforma, via notificação de temas de interesse, mas a ubiquidade se revela pela presença em outras redes, como YouTube, Instagram e Twitter.

Porém, mesmo com as limitações encontradas, o *site Repórter Parintins* possui números significativos no Facebook. Se as características forem bem exploradas, o site pode se tornar uma referência jornalística na cidade, aumentando seus números e a qualidade de suas publicações nas redes sociais digitais.

## Referências

BRADSHAW, P. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, J. (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014, p. 111-135.

BRITO, Breno. **Características do webjornalismo**. Disponível em: <[http://www.brenobrito.com/files/WEBJORNALISMO-AULA\\_04.pdf](http://www.brenobrito.com/files/WEBJORNALISMO-AULA_04.pdf)>. Acesso em: 25. Mar. 2022.

CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

CANAVILHAS, J. **Hipertexto e recepção de notícias online**. Covilhã: BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-hipertexto-e-recepcao-noticias-online.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2022.

LEFFA, V.; VETROMILLE-CASTRO, R. Texto, hipertexto e interatividade. **Revista de Estudos da Linguagem**, Belo Horizonte, v. 16, n. 2, p. 166-192, jul./dez. 2008.

LEMO, A. Cultura da Mobilidade. **Revista FAMECOS**, v. 16, n. 40, p. 28-35, 21 dez. 2009.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LORENS, M. Personalização: análise aos 6 graus. CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014, p. 137-158.

MAGALHÃES, M. **Net-ativismo: protestos e subversões nas redes sociais digitais**. 1. ed. Lisboa: Coleção ICNOVA/FCSH, 2018.

MASSUCHIN, M. G.; CARVALHO, F. C. Conteúdo jornalístico nas redes sociais: as estratégias dos jornais brasileiros no Facebook. **Textual & Visual Media**, n. 9, 2016, p. 155-176.



MIELNICZUK, L. Interatividade como dispositivo do jornalismo online. In: GOMES, I.M; MIELNICZUK, L; et al. **Temas em Comunicação e Cultura Contemporâneas II**. Salvador: Facom/UFBA, 2000.

MIELNICZUK. L. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM. Lisboa, 2001

MIELNICZUK. L. **Jornalismo na web**: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. 246 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/6057>>. Acesso em: 14 abr. 2022.

NUNES, E. C. L. **A Multimídia no Jornalismo Digital**: O caso das Plataformas Multimídias no Portal de Notícias do G1 Paraíba. 2017. 95 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo) – Área de concentração Processos, Práticas e Produtos. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

PALACIOS, M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Org.). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003, p. 1-17. Disponível em: <[https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003\\_palacios\\_olugardamemoria.pdf](https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2022.

PALACIOS. M.; MIELNICZUK; L.; BARBOSA, S.; RIBAS, B.; NARITA, S. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. Trabalho apresentado no Redecom. Salvador: UFBA, 2002. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_mapeamentojol.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2022.

PAVLIK. J. V. Ubiquidade: O 7º princípio do jornalismo na era digital. CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014, p. 159-183.

PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo-SP. Pós-Com-Umesp. A26, n.43, p.67-84, 1º sem. 2005.

REGES. T. L. R. **Características e Gerações do Webjornalismo**: Análise dos Aspectos Tecnológicos, Editoriais e Funcionais. 2010. 96 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Faculdade São Francisco de Barreiras, Bahia, 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-egeracoes-do-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2022.

SCHLINDWEIN, A. F.; SILVA, P. R. B. S. Hipermodalidade: hipertextualidade e multimodalidade. **Tecnologias no Ensino da Língua Inglesa**, 2015. Disponível em <[https://cesad.ufs.br/ORBI/public/uploadCatalogo/10565620042018Tecnologias\\_no\\_ensino\\_de\\_lingua\\_inglesa\\_-\\_Aula\\_02.pdf](https://cesad.ufs.br/ORBI/public/uploadCatalogo/10565620042018Tecnologias_no_ensino_de_lingua_inglesa_-_Aula_02.pdf)>. Acesso em: 14 mar. 2022.