



Engajamento e audiência de sites jornalísticos nas mídias sociais em Parintins, no Amazonas

Engagement and audience of journalistic websites on social media in Parintins, Amazonas

Nataly Jéssica de Oliveira Matos¹
Soriany Simas Neves²

Resumo: A pesquisa analisou a forma como dois sites jornalísticos de Parintins, no Amazonas, interagem em suas redes sociais digitais. Utilizou-se Canavilhas (2003), Recuero (2009), Gillmor (2004) para compreender tais mutações no Amazonas. Como resultados, perceberam-se as diferenças entre o Jornalismo clássico e o Jornalismo nas redes sociais frente às mudanças tecnológicas desde o advento da internet na década de 90, que exigem maior rapidez da disseminação das notícias, através do uso de plataformas online, o que afeta diretamente a veracidade e qualidade das notícias, bem como as repercussões de uma maior interatividade no uso de novos formatos das plataformas digitais.

Palavras-chave: Sites Jornalístico, Mídias Sociais, Estratégias de Interação, Parintins.

Abstract: The research analysed how two news websites in Parintins, Amazonas, interact on their digital social networks. Canavilhas (2003), Recuero (2009) and Gillmor (2004) were used to understand these changes in Amazonas. As a result, the differences between classic journalism and journalism on social networks were noted in light of the technological changes since the advent of the internet in the 1990s, which require faster dissemination of news through the use of online platforms, directly affecting the accuracy and quality of news, as well as the repercussions of greater interactivity in the use of new digital platform formats.

Keywords: News Websites, Social Media, Interaction Strategies, Parintins.

¹ Estudante do Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootenica da Universidade Federal do Amazonas (ICSEZ/UFAM). E-mail: natalyjessica191@gmail.com

² Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootenica da Universidade Federal do Amazonas (ICSEZ/UFAM). Doutora em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). E-mail: sorianyneves@ufam.edu.br



Introdução

O jornalismo surgiu com a necessidade de passar informações entre as pessoas, por meio da escrita. Entretanto se consolidou apenas no início do século XVII e o seu principal objetivo era escrever sobre fatos e acontecimentos da época. Segundo Araújo (2010): no século XV, Gutenberg deu início, com a revolução da prensa gráfica a partir de tipos móveis, a uma nova forma de materialização da escrita. Com suas ideias e diversas expressões possibilitou a difusão da informação em escala crescente, até culminar, a partir do século XVIII, numa escala industrial. Logo após, observa-se que, os livros tornaram-se o fio condutor de novos pensamentos, pois filósofos e poetas passaram a aplicar tal meio para disseminar os pensamentos, fazendo com que suas ideias se espalhassem na sociedade. Segundo Bandeira (apud Melo, 2005) as impressões sobre a humanidade resultaram dos seguintes processos: as gazetas, com informações úteis sobre a atualidade; os pasquins, folhetos com notícias sobre desgraças alheias; e os libelos, folhas de caráter opinativo. A combinação desses três tipos de impressos resultou, no século XVII, no conceito de jornalismo que conhecemos.

Com um tempo o Jornalismo foi ganhando mais visibilidade, passando por diversas mudanças tecnológicas em decorrência das alterações causados pela internet e a tecnologia. Atualmente, é evidente que o jornalismo impresso tem sido progressivamente deixado de lado ao longo dos anos. O avanço da tecnologia, a rápida propagação da internet e a industrialização dos meios de comunicação têm gerado uma série de desafios para as empresas de jornalismo e sobretudo para o jornalismo impresso. Hoje muitos jornais optam por investir em versões online e procuram estratégias digitais para alcançar um público maior. Com o surgimento de novas tecnologias móveis, têm-se a necessidade de se adaptar em novos meios de comunicação, incluindo aplicativos, mídias sociais e entres outras.

Embora o termo “rede social” já existisse antes do surgimento da internet, essa forma de sociabilidade é antiga à medida que se refere a grupos de indivíduos interconectados por laços sociais, profissionais, familiares ou comunitários. A diferença é que, com a chegada da internet e o avanço das redes sociais online, as redes sociais ampliaram significativamente a capacidade das pessoas de se conectar uma com as outras, compartilhando informações, experiências e interesses, criando uma outra dimensão de interação social. Para Recuero (2009),



as redes sociais na internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões, ou seja, são compostas por perfis que formam uma estrutura de representações. Pelo fato da internet ser um lugar amplo, às vezes esses atores sociais geram complicações (problemas) no espaço digital (Machado, 2003, p 101), a exemplo do que hoje denominam como discursos de ódio e desinformação.

Segundo Dickmann (2017), o advento da internet trouxe novas formas de comunicação. E essas têm mudado o cotidiano do ser humano, aumentando a velocidade de emissão e recepção de informações no dia a dia, tornando mais fácil o acesso aos meios de comunicação as mais diversas classes sociais. E nesse imediatismo, o jornalismo desde a década de 90 do séc. XX vem passando por mudanças complexas, que impactam na forma de mediação com os leitores e a sociedade. Logo, essa era digital trouxe praticidade e muitos desafios na maneira com que o profissional apura, produz e dissemina o conteúdo jornalístico.

Na realidade contemporânea o jornalismo está a cada dia mais digitalizado em seus meios. Isso ajuda a disseminar notícias de forma rápida e claro, um acesso mais amplo às diversas fontes de informações. Porém, traz obstáculos como a disseminação de *fakes news* e a necessidade de verificação de redes (fontes) confiáveis. Há também uma ênfase maior na rapidez da propagação de notícias, através do uso de plataformas online e nas redes sociais digitais, o que afeta diretamente a veracidade e qualidade das notícias. No entanto, há esforços para promover um jornalismo de qualidade, com checagem de fatos e análises aprofundadas.

A princípio, a produção do jornalismo nas mídias digitais no Amazonas tem passado por diversas transformações significativas na realidade atual. Com a incorporação das mídias sociais, os veículos jornalísticos coletam notícias por meio de entrevistas e pesquisas de fatos ocorridos. O processo na produção de notícias é um processo que envolve inúmeras etapas, apuração e comprovação. Diante de um fato, essas informações são verificadas cuidadosamente, são organizadas e redigidas em formato de reportagem ou notícias. Em seguida, as notícias são adaptadas para serem publicadas nas mídias sociais, como sites, redes sociais, a exemplo do Instagram e páginas de perfis no Facebook. Apesar disso, é comum que os meios de comunicação utilizem recursos multimídia, dentre eles podemos citar: fotos, vídeos e infográfico em busca de enriquecer a matéria.



Segundo Terra (2011) devido as características das mídias sociais: formato de conversação e não monólogo; tendência à comunicação bidirecional e em rede, e a evitar a moderação e a censura; as pessoas passam a ser protagonistas e não mais as organizações ou marcas, ou seja, quem está no controle da interação com as organizações são os próprios usuários; os principais valores seriam honestidade e transparência, em tese; a distribuição é priorizada face à centralização, visto que existem vários interlocutores, que acabam por enriquecer a informação e a tornar heterogênea.

Segundo Canavilhas (2003, p. 01), o Webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet dispõe, oferecendo um produto completamente novo”. Diferente dos meios de comunicação tradicionais, como rádio e televisão, as plataformas permitem uma conversa em tempo real e contínua, onde os públicos compartilham suas opiniões, críticas e experiências. Essa comunicação ocorre de forma bidirecional, sendo assim as pessoas podem responder e se conectar umas com as outras.

Além disso, nessas plataformas digitais, os usuários têm algum controle da interação com organizações e marcas, tornando-se por muitas vezes protagonistas da comunicação. Para alcançar um público maior, as mídias sociais são uma excelente ferramenta para o jornalismo. Atualmente, os veículos de comunicação vêm se adaptando com as plataformas e buscando sempre inovar, visando é claro, em oferecer notícias cada vez mais de uma última hora, com rapidez e clareza. Com isso, os meios de comunicação foram inovando e usam páginas no Instagram e Facebook para disseminar as notícias, usando estratégias diferentes, pois cada rede social possui um público diferente. E por meio das redes, cria-se um vínculo com o público o qual consome as notícias daquela plataforma.

Nota-se que as organizações passaram a recorrer cada dia mais às mídias sociais, tendo em vista o fato de terem encontrado nesse ambiente uma maneira de se associar e comunicar diretamente com a sua audiência de interesse. Já Teixeira (2012, p. 95) define como “grupos de pessoas com interesse em comum, que curtem, compartilham e conversam sobre temas”, não exclusivamente na internet. Marteleto (2001, p.72) define a rede social como a representação de um “conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Sendo assim, destaca como as redes sociais digitais envolvem as suas audiências com vários interesses em comum, que interagem e compartilham suas ideias,



quanto online como off-line. Além é claro, de promover a interação entre as pessoas, permitindo o compartilhamento de valores e recursos, além de disponibilizar a construção de comunidades e o fortalecimento de laços sociais.

Por meio das redes sociais digitais é possível criar grupos de diferentes interesses para compartilhar notícias e fatos de última hora. O jornalismo se incorpora nas mídias sociais através do compartilhamento de notícias feito pelas pessoas, interagindo com o público e o uso de conteúdo multimídia principalmente.

1. Metodologia

A pesquisa é de natureza quali-quantitativa e a análise metodológica assentou-se nos pressupostos da etnografia virtual de Hine (2000, 2005), citada por Fragoso, Recuero e Amaral (2012), a fim de averiguar sob a ótica qualitativa das estratégias de interações, como também o seu volume nas mídias sociais Facebook e, Instagram para alcance e engajamento dos veículos analisados.

Para Hine (2005, p. 41),

conforme os estudos de Fragoso, Recuero e Amaral (2012), ao contrário da etnografia tradicional, em que a observação participante é o protocolo mais usual, na etnografia virtual, a intenção é analisar as reações de interação mediadas pelo computador e acrescentamos aqui, mais usualmente nos dias de hoje, pelo celular.

Em um primeiro momento, realizamos revisão de literatura com autores do Jornalismo digital e multiplataforma. Em um segundo momento, quanto à natureza da pesquisa quantitativa, foi realizado um acompanhamento das estratégias e quantidade de interações do engajamento da audiência, bem como os prints destas para posterior análise do corpus. Nesse sentido, as técnicas de coletas de dados foram o diário de campo, com observação participante online durante dois meses, e captura de prints de algumas interações selecionadas dos perfis de mídias sociais dos sites jornalísticos Parintins Press e Sumaúma. Nessa pesquisa adotaram-se as métricas de engajamento nas mídias sociais mais conhecidas, conforme Coelho e Almeida



(2016), citados por Pinheiro e Ponstiguel (2018), a saber: No Facebook: emoticons, comentários e compartilhamentos, no Instagram: comentários, curtidas e visualizações, os compartilhamentos e visualizações nos status das audiências dos perfis dos sites jornalísticos investigados.

Para o desencadeamento da segunda etapa da pesquisa, utilizamos os métodos qualitativo, com ênfase, sobretudo em revisão bibliográfica e nas análises do corpus a partir da etnografia virtual. As análises dos perfis jornalísticos foram de dois sites a saber: Parintins Press³ e Portal Samaúma⁴, os quais acompanhamos por dois meses as estratégias utilizadas por cada perfil. Dessa forma, analisamos estratégias que foram utilizadas nas plataformas digitais, a fim de compreender a aplicação dos mesmos. Com base nessa visão, buscamos compreender como ocorre a incorporação de estratégias nas redes sociais digitais no Amazonas.

2. Resultados e discussões

Na primeira análise, observou-se que, o Portal de notícias Samaumá consiste em produzir jornalismo abordando a realidade social de Parintins, com temas relacionados à política, cultura, e questões ambientais da região amazônica, com o objetivo de fornecer conteúdo jornalístico para o público local. O site busca disponibilizar uma visão ampla e informativa sobre os ocorridos e questões que são relevantes para os leitores, permitindo que as pessoas, independentemente de sua localização, possam ter acesso às informações precisas e contextualizadas sobre Parintins.

No site, os leitores podem encontrar reportagens, entrevistas, fotos e vídeos sobre os acontecimentos mais importantes da região, contendo uma abordagem jornalística séria e ética ao propagar as informações. Além do mais, o site oferece a possibilidade para os leitores deixarem seus comentários e de certa forma interagirem com as notícias através das redes sociais, com isso os leitores podem dar sua opinião sobre a temática abordada.

³ Disponível em: <https://www.parintinspress.com.br/>.

⁴ Disponível em: <https://portalsamauma.com/parintins-am>.



Ao observarmos o portal, percebe-se que é uma fonte confiável de informações para os moradores da cidade e para aqueles que se interessam pelos acontecimentos da região. Logo abaixo podemos observar como o site está organizado, vale salientar que as notícias estão devidamente separadas e organizadas para que o leitor tenha uma boa visão estética e uma leitura dos fatos.

O Portal de notícias Samaúma foi criado em junho de 2019 como resultado de um trabalho de conclusão de curso das jornalistas Bruna Karla e Kamila Morais. A partir de 30 de setembro daquele mesmo ano, o site passou a ser atualizado com conteúdo de Parintins, buscando abordar o cotidiano. Logo na sua página inicial apresenta uma interface com blocos horizontais, geralmente encontrado em sites jornalísticos.

No canto superior esquerdo, são disponibilizados ícones de acesso às redes sociais do site (como Instagram, Facebook, Twitter e WhatsApp), seguidos pelas últimas notícias e diversas editorias, como Brasil, cidades, cultura, economia, entretenimento, esportes etc. No canto superior direito, há uma opção de busca por editorias e notícias. Os destaques são atualizados com matérias recentes e predominam notícias da editoria política.

Figura 1. Página inicial do portal



Fonte: Captura de tela do Site do Portal (2024).



A estrutura do Portal Samaúma é organizada e utiliza os recursos do site para oferecer variedade e visibilidade aos leitores, exibindo anúncios e mantendo os destaques atualizados conforme as notícias do dia.

Ao lado, a plataforma mostra notícias recentes organizadas em diferentes blocos, cada um com um título e uma editoria, o que contribui para uma boa visão das pessoas que acessam diariamente o site. Depois das informações resumidas, é elaborado um anúncio do Sorteio Parintins da Sorte, que acontece na cidade de Parintins e é aberto a participantes de cidades próximas. Esse anúncio é fixo no site, salientando as cores, logotipo e informações de contato dos patrocinadores. Um fato interessante é que os resultados do sorteio são transmitidos ao vivo por meio das redes sociais do portal.

O portal Samaúma também interage de forma eficiente com o público através de diversas estratégias que visam ampliar a propagação de informações e promover o engajamento entre o jornalista e o leitor. Uma das maneiras pelas quais o portal interage com seu público é por meio mídias sociais digitais, mantendo perfis ativos no Facebook, Instagram e Twitter. Através dessas plataformas, são compartilhadas notícias, vídeos e outros conteúdos importantes para os seguidores, que podem interagir através de curtidas, comentários e compartilhamentos. Diante disso, vale ressaltar que as plataformas que o Portal mais se destaca, em questão são o Instagram e Facebook.

Figura 2. Página do Portal Samaúma



Fonte: Captura de tela do Portal (2024).



Figuras 3 e 4. Fotos do Perfil



Fonte: Captura de tela (2024).

Logo acima, podemos ter uma visão estética do perfil do Samaúma (Portal de notícias) onde podemos notar que está devidamente organizado. Vale salientar sobre os destaques atualizados, os quais chamam a atenção do leitor ao entrar no perfil. Atualmente o seu perfil no Instagram conta com mais de 5 mil seguidores, um público pequeno comparado à sua página no Facebook, o que podemos notar a diferença de engajamento entre ambos.



Figura 5 e 6. Fotos da Página



Fonte: Captura de tela (2024).

Ao observarmos, vimos que, a página do Portal Samaúma do facebook conta com mais de 50 mil seguidores e que o engajamento é maior comparado ao perfil do Instagram. Além do total de seguidores, as curtidas e comentários também são maiores. De acordo com o Portal de notícias G1, o Brasil ocupa o 3º lugar no ranking global de acessos às redes sociais de acordo com os dados recentes da Comscore. As redes sociais como YouTube, Facebook e Instagram são as mais acessadas pelos brasileiros. Embora o Instagram tenha um alcance maior, o Facebook continua dando maior visibilidade para portais de notícias no Amazonas.

Além disso, o portal também fornece um sistema de comentários em seu próprio site, permitindo que os leitores expressem as suas opiniões e debatam sobre os temas abordados das matérias publicadas. Com isso, a interação é estimulada e a participação do público é valorizada, criando um vínculo de confiança entre ambos, e fazendo com que o ambiente se torne um local de troca de ideias. Outra estratégia importante e utilizada pelo portal é a realização de enquetes e pesquisas de opinião, nelas permitem que os leitores possam manifestar suas preferências e pontos de vista sobre determinados assuntos. Essas informações são de grande finalidade para direcionar a produção de conteúdo e garantir que as notícias publicadas sejam relevantes e interessantes para o público-alvo.



Diante disso, a página de notícias promove a interação com o público por meio de eventos e ações presenciais, assim como cobertura de festivais locais, entrevistas ao vivo e sorteios, como já mencionado o Sorteio Parintins da Sorte. Essas iniciativas contribuem para fortalecer o relacionamento com os leitores e promover a marca do portal na região. Além disso, a elaboração de conteúdo de qualidade e relevante, aliada à cobertura de temas locais e regionais contribui para atrair um público fiel e interessado nas notícias veiculadas.

Em resumo, o portal de notícias Samaúma mantém o vínculo de confiança com o público de maneira ativa e diversificada, utilizando estratégias que têm como objetivo fortalecer o relacionamento com os leitores, promover a participação e disseminar notícias de maneira rápida e de fácil acesso.

Nesta segunda análise, notamos que, o Portal de notícias Parintins Press desempenha um papel fundamental para a cidade, contribuindo com informações locais sobre diversos temas. O Parintins Press utiliza as redes sociais como uma ferramenta fundamental para a propagação de notícias e alcançar um público mais ativo e amplo.

As estratégias que o site utiliza incluem a publicação de manchetes ou trechos de notícias em plataformas digitais como por exemplo o Facebook, Twitter, e Instagram, com links que direcionam para o site, incentivando os seguidores a lerem a matéria completa. Dessa maneira, eles utilizam recursos visuais atraentes, como imagens ou vídeos além de um título bem trabalhado, para chamar a atenção dos usuários e desse jeito engajá-los com o conteúdo jornalístico.

O uso de hashtags relevantes se faz presente para que a notícias tenham um maior alcance e contribuam para a interação frequente com os seguidores.

Partindo dessa visão, eles muitas vezes aproveitam eventos ou datas importantes para criar conteúdos específicos e com isso impulsionar o alcance das informações divulgadas. O Parintins Press utiliza as redes sociais também como um meio eficaz de levar suas notícias ao público, aplicando estratégias como publicações atrativas, interação com os seguidores e o uso inteligente de hashtags para ampliar o alcance de seu conteúdo jornalístico.



Figura 7. Página do Portal Parintins Press



Fonte: Captura de tela do Portal Parintins Press (2024).

No site nota-se, um botão de saiba mais, no qual direciona o leitor para uma notícia que se destaca ao entrar no site. O Portal oferece notícias atualizadas sobre a região e disponibiliza links de compartilhamento, contribuindo para o engajamento com os leitores.

É interessante salientar que o site utiliza diversas estratégias, dentre outras podemos destacar a utilização de redes sociais, nota-se que os mais utilizados são: Facebook, o Twitter e o Instagram, essas plataformas contribuem para a propagação das reportagens com um link de saiba mais o qual direciona o leitor para a página para que possa ter acesso a outras notícias. Essa presença ativa dos leitores nas redes sociais permite que o conteúdo do Parintins Press seja disseminado de forma ágil, alcançando um número significativo de leitores. Tal constatação se deve ao perfil do facebook ter mais de 80mil seguidores e ter o maior número de compartilhamento de notícias entre os internautas durante o período da pesquisa.

Além do mais, o Parintins Press investe em estratégias de otimização para mecanismos de busca, dessa maneira garantindo que suas notícias sejam facilmente encontradas por meio de pesquisas. Isso inclui a seleção cuidadosa de palavras-chave relevantes, a produção de títulos e descrições atrativas e a formatação adequada do conteúdo para facilitar a busca.

Contudo, o site poderia investir em campanhas pagas que sejam direcionadas, buscando promover conteúdos específicos para públicos diversificados, assim aumentando a visibilidade e o engajamento com suas reportagens. Sendo assim, criando um vínculo com o leitor que



consome o conteúdo disponibilizado pelo site, vale lembrar que esse vínculo é importante para que o público se sinta à vontade para compartilhar e comentar sobre o tema em questão. Dessa forma, um site de notícias que transmite credibilidade para o seu público, deve ter uma estética limpa e organizada, com cores sóbrias, tipografia legível e conteúdos bem distribuídos, como o site Samaúma que é distribuído por seu determinado nicho. A clareza na navegação e o uso equilibrado de imagens reforçam a seriedade do portal, permitindo que o leitor tenha confiança nas informações apresentadas. Em uma era digital, a aparência é requisito fundamental.

Ao lado no site, na parte inferior percebemos a forma na qual o portal separa as notícias, contendo nelas a notícia mais atrativa. O portal Parintins Press possui uma estrutura organizada para separar suas notícias, oferecendo uma experiência fácil para o leitor. No site, é possível encontrar diferentes seções dedicadas a temas específicos, dentre elas podemos salientar tais como: política, cultura, comunidade e dentre outros. Isso facilita a busca por informações relevantes e torna a navegação mais eficiente e interativa.

Desse modo, o site utiliza uma estratégia de interação com o público bastante eficaz, contribuindo para que o público compartilhe e comente sobre a temática abordada. Uma das formas utilizadas são por intermédio das redes sociais, onde o site compartilha as principais notícias e conteúdos, incentivando a participação dos seguidores por meio de comentários, compartilhamentos e curtidas, fazendo os leitores debaterem nos comentários sobre o assunto abordado. Essa interação aumenta a visibilidade do portal, na disseminação de notícias e fortalece o relacionamento com os leitores. Outra estratégia adotada pelo Parintins Press para interagir com o público foi a realização de enquetes e pesquisas de opinião em seu site, dessa maneira os leitores comentam e sugerem pautas.

Figura 8. Página do Portal Parintins Press



Fonte: Captura de tela do site Parintins Press (2024).



Os leitores podem ainda expressar suas opiniões e contribuir para a produção de conteúdo mais relevante às suas necessidades.

O Parintins Press se destaca não apenas pela qualidade e diversidade de suas notícias, mas também pela forma como organiza seu conteúdo e interage com o público, estabelecendo uma relação de confiança e proximidade com os leitores. Essas estratégias contribuem para o sucesso do site e para o seu papel como um importante veículo de informação na cidade de Parintins.

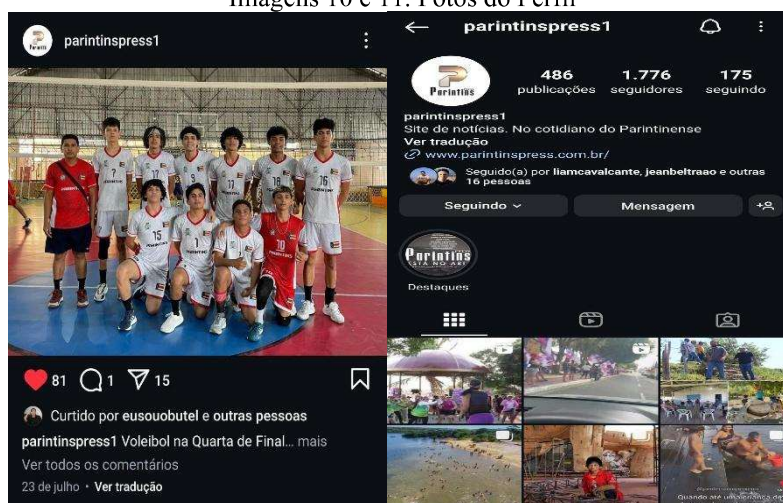
Figura 9. Página do Portal Parintins Press



Fonte: Captura de tela do Parintins Press (2024).

No entanto, durante a análise do Parintins Press percebeu-se a “desorganização visual”, tendo em vista que embora use de maneira eficiente as estratégias, a organização é essencial para a estética do site. Ainda durante a pesquisa, notou-se a ausência de cuidado em manter o site ativo, visto que a estética e a organização são elementos-chave para que o leitor tenha confiança. Partindo dessa visão, é interessante salientar o engajamento do Portal nas redes sociais, tanto no Instagram quanto no Facebook, para assim compararmos o público e o engajamento dos mesmos.

Imagens 10 e 11. Fotos do Perfil



Fonte: Captura de tela (2024).



Logo acima podemos notar que, o perfil do Portal conta com mais de 1 mil seguidores, entretanto, não está devidamente organizado, a visão estética não favorece o cenário, não possui destaques para organização e separação dos nichos de notícias. Ao compararmos com o Samaúma no quesito de organização, o Parintins Press é insuficiente, visto que seu perfil não possui destaques para organizar o nicho de notícias, o seu feed não possui uma visão estética interessante, esses são elementos fundamentais para um perfil jornalístico de confiança.

Imagens 12 e 13. Fotos do Perfil



Fonte: Captura de tela (2024).

Ao analisarmos tanto o perfil do Instagram quanto a página do Facebook, notamos que o número de seguidores muda, enquanto no perfil do Instagram o Portal conta com apenas 1 mil seguidores. Na página somam-se mais de 80 mil seguidores, um número inferior ao Portal Samaúma. Porém, as curtidas, comentários e compartilhamentos são diferentes, visto que na Ilha de Parintins a plataforma mais acessada para ter acesso à informação é o Facebook. Com isso, a plataforma tende a ter mais engajamento e compartilhamentos entre os parintinenses.



Imagens 14 e 15. Fotos do Perfil



Fonte: Captura de tela (2024).

Ainda no Parintins Press, é importante ressaltar propagandas disponibilizadas por meio da página, e que de certa forma desperta o interesse do público. O portal disponibiliza o compartilhamento, ajudando para que todos possam ter acesso às informações.

Considerações Finais

Neste trabalho, discutimos as estratégias de interação de dois sites jornalísticos (Parintins Press e Portal Samaúma) em seus perfis de mídias sociais digitais Facebook e Instagram, com o objetivo de compreender as estratégias de engajamento acionadas pelos veículos, a fim de destacar a aplicação de tais estratégias nas plataformas digitais, evidenciando o engajamento dos perfis.

Vale salientar que, cada plataforma digital possui estratégias e ferramentas que são disponibilizadas para criar um perfil profissional, por exemplo, o Instagram, uma plataforma que permite ter “destaques”, “reels” e “live”. Tais ferramentas podem ser utilizadas para promover um trabalho jornalístico, permitindo qualidade e organização nas reportagens e notícias. A pesquisa evidenciou as estratégias de engajamento dos perfis, ressaltando também



a visão estética do Portal, percebe-se que apenas o Portal Samaúma possui tanto o site quanto perfis nas mídias sociais organizados.

Já o Parintins Press não utiliza da ferramenta “destaque” no Instagram para organizar os nichos de notícias, além de não ter o seu feed do Instagram organizado, o reels do perfil se encontra com “desorganização visual”, vale salientar que, as imagens que são exibidas no reels do Instagram e posts do Facebook não possuem qualidade. Dessa maneira, evitando que o público tenha acesso ao conteúdo de qualidade. Porém, o Parintins Press possui um grande público na sua página do Facebook contando com mais de 80 mil seguidores na plataforma, além da página está sempre ativa, os posts têm mais curtidas, comentários e compartilhamentos.

Tendo em vista que o Parintins Press produz propaganda em sua página do Facebook, dessa forma, aproximando o seu público para oferta de cursos e dentre tantos que são disseminados. Porém é importante ressaltar que o site do Parintins Press, mostrou-se desorganizado, pois ao entrarmos no site nos deparamos com “excesso de informações”. O site aborda diferentes temas, e deveria investir na organização e dividir as notícias de acordo com a temática discutida, isso iria ajudar a promover a confiança entre o leitor e o jornalista.

Já o Portal Samaúma possui uma visão estética favorável, o site do portal é organizado e com isso desperta a leitura das notícias. O site do perfil é organizado e possui nichos sobre: Economia, Amazonas e Política, os quais ajudam o leitor a visualizar de maneira eficiente as notícias abordadas. No Instagram, o Portal Jornalístico conta com aproximadamente 5 mil seguidores que acompanham os acontecimentos, porém, notamos que o número de curtidas é baixo, o compartilhamento é escasso, assim como os comentários, poucas publicações possuem comentários e os que tem são relacionando à cultura local.

Já em sua página do Facebook, o Portal de notícias conta com mais de 50 mil seguidores, o qual possui engajamento nos posts e reels publicados. Além disso, imagens e vídeos que são publicados oferecem qualidade, vale ressaltar que, as notícias de cultura e política possuem maior engajamento. Diante disso, concluímos que os dois portais utilizam as ferramentas oferecidas pelas plataformas digitais de formas diferentes, sendo que a plataforma Facebook no interior do Amazonas é a que tem maior engajamento com a audiência.



Referências

- CANAVILHAS, J. **Jornalismo digital e convergência**: dos meios aos dispositivos. Covilhã: Livros LabCom, 2011.
- CANAVILHAS, J. **Jornalismo digital em base de dados**: um modelo de análise. Porto: Media XXI, 2018.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo**: 7 Características que Marcaram a Diferença no Jornalismo Online. Lisboa: Edições OberCom, 2015.
- DALMASO, S. C. **Jornalismo e relevância**: o discurso dos leitores dos Jornais de referência no Facebook. 2017.
- LOPES, D. V.; BONISEM, F. M. O jornalismo na era digital: impactos percebidos por repórteres e editores. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 24., Vitória. **Anais [...]**. São Paulo, Intercom, 2019.
- MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.
- MIELNICZUK, L. Características e implicações do jornalismo na Web. *In*: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (SOPCOM), 2., 2001, Lisboa. **Anais [...]**. Lisboa: Sopcom, 2001.
- MIELNICZUK, L. Características e implicações do jornalismo na Web. Trabalho apresentado no **II Congresso da SOPCOM**. Lisboa. 2001.
- NIELSEN, J. **In Defence of Print**. Disponível em: www.useit.com/alertbox/9602.html. Acesso: 21 dez. 2013.
- REGES, T. L. R. Características e gerações do Webjornalismo: Análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Beira do Interior, 2010. Disponível em: reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf.
- ROSÊRA, M. Jornalismo digital: do boom aos dias atuais, uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia. V12. N1. Agosto de 2010.
- SALAVERRÍA, R. **Redacción Periodística en Internet**. Pamplona: EUSAN, 2011.
- SEBRAE PARANÁ. Brasil é o 3º maior usuário de redes sociais no mundo. **G1**, 17 maio 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/google/amp/pr/parana/especial-publicitario/sebrae-parana/juntos-para-empreender/noticia/2024/05/17/brasil-e-o-3o-maior-usuario-de-redes-sociais-no-mundo.ghtml>. Acesso em: 17 maio 2024.
- ZAGO, G. Circulação jornalística potencializada: o Twitter como espaço para filtro e comentário de notícias por interagentes. **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 34, n. 1, p. 249-271, 2012.