

## As Redes Sociais como Ferramentas para o Jornalismo: As Práticas de O Imparcial Online<sup>1</sup>

Maurício José da Silva Santos<sup>2</sup>

Samara Andrade Gomes<sup>3</sup>

Paulo Augusto Emery Sachse Pellegrini<sup>4</sup>

Faculdade Estácio de São Luís, São Luís, MA

### Resumo

Este trabalho tem por objetivo descrever a utilização das redes sociais *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* pelo O Imparcial Online como ferramentas jornalísticas na divulgação de notícias. É um estudo exploratório, descritivo, qualitativo e bibliográfico. O Imparcial é o mais antigo jornal e o segundo de maior circulação no estado do Maranhão e a necessidade de buscar novos leitores e anunciantes fez com que seus diretores seguissem o caminho trilhado por muitos outros meios de comunicação no Brasil e mundo a fora, criar um Portal na Internet e utilizar as redes sociais para divulgar notícias.

**Palavras-chave:** Internet; Redes sociais; Jornalismo online; O Imparcial.

### Introdução

O presente trabalho é uma pesquisa acerca da forma como O Imparcial Online compartilha seu conteúdo nas redes sociais. É fato que, os veículos de comunicação vêm acompanhando, gradativamente, o constante avanço tecnológico da rede mundial de computadores. Com o surgimento das redes sociais, a Internet deixou de ser apenas um simples local de pesquisas e passou a ser um espaço virtual para o desenvolvimento de laços sociais, a partir do surgimento de ferramentas como o *Facebook*, o *Twitter* e o *Instagram*.

O objetivo geral desta pesquisa é abordar a utilização das redes sociais, no contexto das práticas jornalísticas, pelo O Imparcial Online. É notório que, o crescimento do número de usuários nessas redes confirma a necessidade humana de interação com seus semelhantes, criando assim um grupo de pessoas que trocam informações, constroem novas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Recém Graduado no Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Estácio de São Luís, email: [mauricio-jss@hotmail.com](mailto:mauricio-jss@hotmail.com)

<sup>3</sup> Recém Graduada no Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Estácio de São Luís, email: [samaraandrade212@gmail.com](mailto:samaraandrade212@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Estácio de São Luís, email: [paulopel@bol.com.br](mailto:paulopel@bol.com.br)

amizades, compartilham ideias e divulgam marcas e produtos. Diante do “poder” que as redes sociais conquistaram, com o decorrer do tempo, os meios de comunicação passaram a utilizá-las para divulgar os seus conteúdos e interagir com o seu público, e estes deixaram de ser apenas espectadores e passaram a contribuir, mesmo que de maneira indireta, na produção de conteúdo, opinando, concordando ou discordando, com o que está sendo divulgado.

Os objetivos específicos deste trabalho são investigar quais redes sociais da Internet são utilizadas por O Imparcial Online e como se dá o uso destas ferramentas pelo veículo. A pesquisa se ocupa de averiguar como se processa a utilização destas redes por O Imparcial Online.

Buscamos através desta pesquisa, verificar a utilização que o Jornal O Imparcial Online faz das redes sociais, como potenciais ferramentas de jornalismo participativo, utilizando o método descritivo para expor os procedimentos e escolhas, a fim de mostrar o quanto importante são, a presença e a interação jornalística, nas redes sociais.

Assim, dada a importância das redes sociais na sociedade é relevante esta pesquisa demonstrar o fenômeno das redes neste meio de comunicação e de que forma é feito o uso desses mecanismos para informar. A escolha do O Imparcial Online, pertencente ao grupo Diários Associados, ocorreu por esta usar as redes sociais para divulgar conteúdo jornalístico diariamente.

## **2 Cibercultura e Internet**

Para Lévy (1999), ao se abordar os temas internet, ciberespaço e cibercultura significa ponderar sobre vários aspectos tecnológicos do cotidiano em sociedade, como as técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e valores sociais que evoluem, juntamente com o crescimento do ciberespaço.

### **2.1 Ciberespaço e cibercultura**

A palavra “ciberespaço” foi um neologismo criado pelo escritor de ficção científica William Gibson, em 1984, e utilizado em sua obra *Neuromancer*. Lévy (1999), ao analisar brevemente esta obra, esclarece que o termo *Neuromancer* descreve o universo das redes digitais como uma arena para as empresas multinacionais, cenário de conflitos mundiais e nova fronteira cultural e econômica. Mas, em sua definição, o ciberespaço é um espaço aberto de comunicação, caracterizado pela interconexão digital mundial dos computadores e

suas respectivas memórias, pelo enorme quantitativo de informações que ela abriga, e também das pessoas que fazem uso desse espaço para guardar e acessar informações.

De acordo com Lemos (2010), o ciberespaço é utópico, não físico ou geograficamente territorial, formado por um conjunto de redes de computadores no qual todas as informações, de formas diversas, transitam. Acrescenta ainda que, este conceito pode ser analisado de duas maneiras, sendo a primeira um ambiente de realidade virtual, e a segunda um conjunto de redes de computadores, conectados ou não, no mundo inteiro, a internet.

Na definição de Lévy (1999), a cibercultura é um conjunto de práticas, técnicas, atitudes, conjecturas e valores que se ampliam com a expansão da internet como um meio de comunicação, através da conexão globalizada de computadores, convergindo para um espaço de comunicação inovador de sociabilização, de organização, de acesso e transferência do saber e das informações.

Lemos (2010) define cibercultura como a forma sociocultural originada no vínculo simbiótico da sociedade, da cultura e das inovações tecnológicas baseadas na microeletrônica, oriundas do concurso entre as telecomunicações e a tecnologia das informações. A cibercultura transforma hábitos sociais e culturais, a velocidade de produção e difusão da informação, cunhando relações originais nos diversos campos sociais como no trabalho, no lazer, na socialização e na comunicação (LEMOS; LÉVY, 2010).

A cibercultura, hoje, é uma realidade para milhões de indivíduos, se concretizando através da utilização de novas ferramentas e práticas tecnológicas como: o home banking, cartões com chips, os smartphones, o voto eletrônico, a declaração de imposto de renda online; ou através da comunicação digitais: e-mail, chats e fóruns na internet, redes sociais online, mensagens via celular, blogs e webjornalismo (PADILHA, 2008).

## 2.2 História da Internet

Assim como a humanidade, a comunicação evoluiu e no século XX as maiores revoluções desta foram o advento do rádio, do cinema e da televisão. Mas, do final do século XX ao início do XXI, estes meios de comunicação, além da escrita, foram surpreendidos pela Internet, que comporta a utilização dos quatro simultaneamente, de forma simples e a preço acessível (CASTELLS, 1999).

Contratados pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, um grupo de programadores e engenheiros eletrônicos, criou o conceito de uma rede sem necessidade de

um controle central, na qual as mensagens transitariam decompostas em pequenas partes, denominadas “pacotes”. Fundamentado neste conceito, em 1969, através de um convênio entre a Universidade da Califórnia e um centro de pesquisa em Stanford, entrou em operação a ARPAnet (Advanced Research Projects Agency Network), que a princípio interligava apenas quatro computadores. Depois, mais computadores, pertencentes a outras universidades, centros de pesquisa com fins militares e indústrias bélicas, foram conectados a estes (MONTEIRO, 2001).

No início da década de 1980, o desenvolvimento e utilização da tecnologia TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) como protocolo para a transferência de informações na ARPAnet tornou possível a conexão entre diferentes redes, expandindo grandemente a abrangência da rede. A partir de 1990, a ARPAnet foi convertida em NSFnet (National Science Foundation’s Network), se interligando a outras redes existentes, até mesmo fora dos Estados Unidos, interconectando centros de pesquisa e universidades em todo o mundo. Nascia assim a internet que, a princípio, era utilizada principalmente como uma ferramenta de troca de dados no meio acadêmico (MONTEIRO, 2001).

Mas, apenas em 1991, a Rede Mundial, conhecida por WWW (World Wide Web), foi desenvolvida pelo pesquisador Tim Bernes-Lee. A democratização do computador e a consolidação da Web como parte da Internet permitiram a criação dos primeiros sites. À medida que o interesse sobre esta nova mídia crescia, iniciou-se o transporte dos conteúdos para o ambiente virtual (LEÃO, 2001).

### **3 Redes Sociais**

Para Recuero (2009) as redes sociais são pessoas mantendo uma relação de interação social. Esse grupo de pessoas está conectado através da estrutura de rede, na qual cada pessoa e suas conexões representa um “nó” da rede, que figura como laços sociais que compõem esses grupos. As redes sociais são compostas por dois elementos: os atores, elementos principais, que são as pessoas, as organizações ou os grupos; e os nós da rede, que são as conexões estabelecidas através de interações ou laços sociais.

Atualmente, as redes sociais possuem um amplo significado nos estudos das relações humanas e sociais. Segundo Aguiar (2007), as redes sociais são relações estabelecidas entre pessoas, que interagem em causa própria, em defesa de outrem ou representando uma instituição, e que são, ou não, mediadas por sistemas informatizados.

Essas formas de interação objetivam algum tipo de influência real no cotidiano dos indivíduos, no grupo e/ou nas instituições participantes.

Recuero (2009) entende que os sites de redes sociais permitem aos participantes estar mais conectados, aumentando a sua visibilidade social, ampliando o suporte social e as informações. Quanto mais conteúdo presente nesta conexão, maiores as chances de receber as informações que circulam na rede e de obter suporte social, quando solicitar. Esse potencial das redes sociais está na permuta de informações, da visibilidade conquistada, com possibilidade de expressão que os atores sociais têm de mostrar suas impressões, ideias, opiniões, conceitos e pensamentos pessoais sobre assuntos diversos. Entre as redes sociais abordaremos três das mais utilizadas, Twitter, Facebook e Instagram.

### 3.1 Twitter

Java et al. (2007) definem o Twitter como uma ferramenta de microblogging que possibilita o envio de atualizações, denominados de tweets, com o limite máximo de 140 caracteres e é uma hibridização entre blog, rede social e Instant Messaging (IM). O envio de tweets pode ser feito através de mensagens SMS, IM, Internet fixa ou móvel, ou por aplicativos construídos por usuários, utilizando o sistema API (ZAGO, 2008).

O Twitter é tão importante para o jornalismo como pode ser problemático, “além da variedade temática, o Twitter possui uma lógica que preza o atual, o agora. Isto pode criar, muitas vezes, um caos informativo, já que informações antigas dividem espaço com as recentes. Informações que confundem, ao invés de informar” (CARVALHO; PELLEGRINI, 2009). O cuidado em postar um tweet é para evitar informações erradas e a perda de credibilidade do meio de comunicação que veiculou a notícia.

### 3.2 Facebook

A rede social Facebook, denominada originalmente de the Facebook, foi criado pelo americano Mark Zuckerberg em 2004. Arquetado como uma rede de contatos entre os estudantes que estavam saindo do ensino médio e aqueles que estavam entrando na universidade. Era focalizado nos estudantes de Harvard, que necessitavam possuir uma conta de correio eletrônico associado àquela instituição de ensino. A partir de setembro de 2005 o Facebook expande-se para as instituições de ensino médio e posteriormente foi aberta a todos (BOYD; ELLISON, 2007).

### 3.3 Instagram

Lançado em 6 de outubro de 2010 pela Apple App Store, loja virtual de aplicativos da empresa de tecnologia Apple, exclusivamente para dispositivos da iOS e a partir de 2012 se transformou em uma das principais ferramentas do tipo aplicativos, após lançar uma versão para aparelhos que utilizam a plataforma Android, atingindo 1 milhão de downloads em 24 horas. Depois, os direitos do uso do aplicativo foram vendidos ao Facebook pelo valor de 1 bilhão de dólares (ARAGÃO, 2012).

Desenvolvido pelo norte americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, engenheiros de produção, no Instagram, as ações de fotografar, compartilhar e consumir tornou-se simultâneo e com a vantagem de mostrar uma referência geográfica, ampliando ao papel da fotografia como registro de fatos, tornando-a uma forma de comunicação própria e independente, que não necessita ser combinada com outras modalidades, afirma Silva Jr. (2012). Complementa firmando que desta maneira o Instagram constitui uma extraordinária forma de junção entre mobilidade e sociabilidade.

## 4 Jornalismo Online

Uma das vantagens que a internet trouxe ao jornalismo foi a participação dos usuários da rede em sites jornalísticos de informação. Conforme Lopez (2007) as tecnologias atuais permitem aos internautas interagir com os sujeitos da informação, possibilitando a participação por meio de sugestões, opinando e se fazendo de fonte para o jornalismo.

Na visão de Gillmor (2004), o advento da Internet e a acessibilidade a ferramentas de publicação, a história começa a ser registrada e contada por aqueles que antes faziam o papel de audiência. As informações surgem por diversos meios como e-mails, fóruns virtuais, chats, redes sociais, blogs, que não são consideradas fontes de notícias habituais.

No que diz respeito a utilização da internet como meio de divulgação e transmissão de informações jornalísticas, a primeira vez que foi reconhecida a sua eficácia ocorreu com a transmissão e publicação de informações durante a Guerra do Kosovo, em 1999, que contou com intensa participação, inclusive, do jornalismo brasileiro (MOHERDAUI, 2007).

Contudo, a internet tornou-se importante para a produção e transmissão jornalística simultânea durante o ataque às torres do World Trade Center, em 11 de setembro de 2001, como destaca Moherdauí (2007), pois a busca por notícias relacionadas ao fato incentivou o internauta à procura de informações. Inevitavelmente, a procura por notícias sobre esse

evento nesta data congestionou a rede mundial de computadores e fez com que a maioria dos grandes portais de notícias reduzisse, em bytes, o tamanho das páginas publicadas, para facilitar o acesso. Eventos como estes incentivaram os internautas à procura de mais conteúdo jornalístico neste meio (MOHERDAUI, 2007).

## **5 Jornal O Imparcial**

O Imparcial é o mais antigo jornal do estado do Maranhão e que após ser adquirido e inserido ao grupo Diários Associados e passar por algumas etapas de modernização e atualização sobre tudo no seu portal, hoje se depara com o uso das redes sociais com o intuito de se aproximar de seus leitores para noticiar informações.

### **5.1 História**

No dia 1º de Maio do ano de 1926, é fundado por João Pires Ferreira o Jornal O Imparcial, que tinha como objetivo levar notícias do estado, do Brasil e do mundo aos leitores sem ter pretensão de defender causa, bandeira, partidarismo ou posição ideológica, fazendo questão de separar notícia de opinião. O jornal tinha o interesse em ser o que seu nome propõe: “ser imparcial” (FREIRE, P. 2009, apud GARCEZ, 2009).

O cenário da imprensa no Maranhão até 1926, era de total servidão aos interesses de grupos políticos definidos que propagavam suas ideologias e procuravam desmoralizar os grupos adversários, lançando mão de táticas esdrúxulas como o emprego de termos pejorativos para caluniar a oposição e a criação de falsos fatos em busca da conquista do apoio popular. Contudo, naquele mesmo ano, o jornal O Imparcial foi fundado por José Pires Ferreira, originando uma perspectiva inédita à imprensa maranhense, já que este não desejava defender posições ideológicas das oligarquias políticas ou empresariais, separando o que era notícia de sua opinião pessoal (SOUZA et al., 2006).

A integração do O Imparcial ao Grupo Diários Associados em 1944, segundo Souza (2006) foi fundamental para agradar o leitor, pois o jornal prezava pela imparcialidade dos fatos e não usar de sensacionalismo para conseguir novos leitores.

Segundo jornal de maior circulação no Maranhão, O Imparcial tem grande aceitação pelos leitores, por buscar a imparcialidade nas notícias publicadas. O Imparcial possui atualmente dois jornais em circulação no estado, o jornal O Imparcial e o Aqui-MA, este com um enorme apelo popular, com um preço bem mais barato e que tem uma tiragem diária que ultrapassam os 200 mil exemplares.

## 6 O Imparcial Online

Mesmo havendo investimento do jornal para conseguir novos leitores, o impresso vem perdendo seu posto de fonte primária de informação, com o surgimento da internet, e tem buscado inovações para se manter em circulação no século XXI, e a melhor maneira é integrar-se às novas mídias (Souza et al., 2006).

### 6.1 Estrutura e layout

A necessidade de O Imparcial buscar leitores e anunciantes fez com que seus diretores enxergassem o caminho trilhado já por muitos outros meios no Brasil e mundo a fora, a Internet.

Os olhos então se voltaram para sua página na internet, [www.oimparcial.com.br](http://www.oimparcial.com.br), uma página que apresentava como notícias as mesmas que se encontravam na versão impressa. A página estava esquecida pela direção, sem investimento necessário para atualizações e modernização da mesma, não havia mecanismos de interação com os leitores, as matérias eram copiadas do jornal impresso e apenas com uma atualização diária, distante daqueles sites para os quais o termo “Online” se faz bem empregado.

O Imparcial buscou então atualizar, modernizar seu site, torná-lo um portal, abandonar a página que foi criada em 2001 e torná-la atraente. Em 2008, O Imparcial criou um portal ao padrão Diários Associados (D.A), páginas de fácil acesso, com links para vídeos, imagens e interação com os leitores, fazendo com que estes participem do processo de produção de matérias, com opiniões e fornecendo opiniões através de mensagens, envio de imagens em anexo. Foi contratada a empresa Prime Tech, uma empresa mineira de desenvolvimento de páginas na Internet, que já havia trabalhado em outros portais do grupo, o Correio Braziliense ([correiobraziliense.com.br](http://correiobraziliense.com.br)) e O Estado de Minas ([em.com.br](http://em.com.br)). "Somos um grupo forte. Temos 14 grandes portais espalhados pelo país. E O Imparcial, com um peso considerável em âmbito regional, ajuda nesse contexto. Por isso, a padronização entre nossos veículos é tão importante" (FREIRE, P. 2009, apud GARCEZ, 2009)

No layout do portal, conforme pode ser observado na Figura 1 tem-se visível no topo do site links para assuntos bem definidos que possibilitam ao usuário navegar com tranquilidade e escolher o assunto que deseja ler e visualizar. Clicando, por exemplo, no ícone Política, o usuário terá acesso a conteúdo somente de abordagem política, podendo



inclusive pesquisar por nomes ou assuntos bem mais detalhados, na área de busca. Essa mesma facilidade o usuário tem quando busca esporte, entretenimento, mundo, negócios, etc.

Figura 1: Página atual do jornal O Imparcial Online na web.



Fonte: [www.oimparcial.com.br](http://www.oimparcial.com.br). Acesso em 30 mar. 2014.

O Portal de O Imparcial Online ficou mais dinâmico, mais flexível, mais atuante e isso se torna claro e visível quando se nota as atualizações, as publicações de notícias diárias, alterando durante o dia até mesmo a chamada matéria de capa, enquanto no jornal impresso, um assunto de extrema relevância ocorrido durante o dia e que já repercute no mundo inteiro, só aparecerá na capa na manhã do dia seguinte, no portal é instantâneo, é questão de minutos para a página ser atualizada.

Essa é a velocidade e flexibilidade dos noticiários na Internet, estar sempre ligados no que acontece no mundo, estar pronto para colher notícias, informações, gerar publicações, atrair atenção do público, dos usuários da Internet, fazer interação com os leitores do portal.

Para se adequar à nova era comunicacional, O Imparcial Online criou contas em redes sociais com objetivo de renovar seu público leitor.

## 6.2 Redes Sociais e O Imparcial

Ao falar em Internet hoje, logo nos lembramos das redes sociais, pois as mesmas fazem parte do nosso cotidiano, mesmo para aqueles que não possuem conta em nenhuma das redes, seja no *Twitter*, no *Instagram* ou *Facebook*. Quando acessamos um portal de notícias, logo lemos uma matéria sobre uma postagem em uma destas redes, uma imagem, uma frase, algo que foi primeiramente postado em uma das redes sociais e que chamou a atenção de uma grande parcela dos usuários destas.

As redes sociais têm uma característica vantajosa se relacionada a outras ferramentas, pois permite um rápido *feedback* e estabelece uma maior proximidade com o público. Ouvir e responder aos questionamentos dos usuários, de acordo com (NOBRE; MAGALHÃES, 2010), estreita a relação virtual com os usuários, assim melhorar o seu produto, no caso, a informação.

Diante dessa força e das proporções tomadas pelas redes sociais, conforme vimos nos capítulos anteriores, é nítida a necessidade dos meios de comunicação estar antenados ao que acontece nas redes sociais, mais do que antenados, os meios de comunicação precisam estar inseridos nas redes sociais.

Nesta certeza e com objeto de estar mais próximo de seus leitores ou mesmo à procura de novos leitores, meios de comunicação como Folha de São Paulo, Estadão, O Globo, entre outros, logo aderiram à febre das redes sociais *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* e criaram suas páginas, suas *Fan pages*, seus espaços onde pudessem postar e interagir com os clientes e leitores. E cada dia mais aumenta o número de usuários comuns, e logicamente a inclusão dos meios de comunicação, sejam grandes grupos ou pequenos, todos estão inseridos nas redes sociais, seja em uma ou nas três citadas.

No *Facebook* é possível notar que as matérias são reproduzidas no portal através de fotos e links, o que contribui para os leitores comprarem o impresso e acessar o portal. A página do *Facebook*, conforme pode ser observado na Figura 2, de O Imparcial contava com 81.720 curtidas até o dia 25 de maio de 2014.

Figura 2: Publicações na página do perfil do O Imparcial no *Facebook*



Fonte: [www.Facebook.com/OimparcialMA](http://www.Facebook.com/OimparcialMA). Acesso em: 25 mai 2014.

A utilização do *Facebook* pelo O Imparcial não é muito diferente do que acontece com as páginas de outros jornais impressos na web. Em todas, normalmente, se utiliza

matérias publicadas no jornal impresso ou Portal e liberam o link da matéria. No caso do portal, ou transcrevem a matéria do jornal impresso e postam imagem do jornal impresso. A frequência de atualização do *Facebook* pelo O Imparcial é realizada diariamente, em um espaço de tempo que varia dependendo do conteúdo que tiver relevância de ser destacado na rede.

No *Twitter* isso é bem explícito, como pode ser observado na Figura 5. As postagens da equipe de O Imparcial, seguem a sequência: a imagem, o título da matéria e junto segue o link, desta forma, ao ser clicado direciona o leitor diretamente para a página do portal.

Figura 3: Publicações na página do perfil do jornal O Imparcial no *Twitter*



Fonte: [www.Twitter.com/oimparcialonline](http://www.Twitter.com/oimparcialonline). Acesso em 26 mai. 2014

É prática comum, da maioria dos meios de comunicação, no *Twitter*, a postagem apenas o título da matéria e o seu respectivo link no portal. É uma forma de potencializar os acessos nos portais de cada meio de comunicação e incentivar os leitores a comprarem os impressos, pois ao postarem somente o título da matéria, pode gerar no leitor a ideia de que o impresso tem a matéria completa e mais recheada ao abordar o assunto. Veremos abaixo outros exemplos de publicações no *Twitter* em outros dois meios de comunicações de grande circulação. A periodicidade de atualização das notícias é de 20 a 30 minutos com conteúdo publicado do portal.

No *Instagram* (Figura 8), segue os mesmos exemplos de postagens, pega o título da matéria e faz a ligação via hiperlink com a página do portal onde foi feita a publicação da matéria completa.

O Imparcial e outros jornais também em determinados momentos, posta a imagem referente à matéria, como por exemplo, quando vai postar sobre um show, a postagem segue com a imagem do artista e após o título segue o link da matéria no portal, ou às vezes,

posta a capa do jornal e faz uma chamada para que os leitores vejam o jornal impresso do dia.

No *Instagram*, O Imparcial é seguido por 2. 413 usuários.

Figura 4: Página do perfil de O Imparcial no *Instagram*.



Fonte: [www.Instagram.com/oimparcial](http://www.Instagram.com/oimparcial). Acesso em: 25 mai. 2014.

Figura 5: Postagens na página do perfil de O Imparcial no *Instagram*.

Nesta rede, bem mais que nas demais, embora sejam publicações parecidas, dá um direcionamento mais efetivo ao jornal impresso e charges. Ao observarmos os exemplos de publicações acima, notamos que a prática comum de O Imparcial em relação às suas publicações, segue a linha de publicar nas redes sociais títulos das matérias do impresso ou do portal. Durante o período de observação nas páginas de O Imparcial nas redes sociais, não encontramos nenhuma matéria que não houvesse *link* do portal. As postagens que não estavam linkados com o portal estavam com o *link* de outro site.

Outro ponto bastante importante nesse processo é a participação dos leitores e usuários de outras contas nas redes sociais, que podem curtir, compartilhar (*Facebook e Instagram*) ou *retweetar* (*Twitter*), ou seja, passar adiante o *link* das matérias fazendo esta circular e alcançar mais pessoas. Estas pessoas que fazem as matérias chegarem aos outros usuários também tem um papel fundamental, que é a interação com o jornal. Assim como podem participar com comentários no portal, nas redes sociais isso também pode acontecer inclusive gerar discussão entre leitores, e até com o jornalista que estiver monitoramento a página no momento.

Não há limites para comentários, “assim como não há restrições para os mesmos, mas claro que o jornal toma cuidado com o bom senso nos comentários, evitando que comentários preconceituosos ou mesmos desrespeitosos com outros usuários fiquem expostos” (SOUSA, 2014).

O Imparcial está utilizando as redes sociais assim como outros meios, pois entende que é um mecanismo de grande importância quanto a se aproximar de seus leitores, de ter velocidade em obter informações, entre outros.

## 7 Conclusão

Ao longo do tempo em que a Internet vem se aprimorando e as ferramentas tecnológicas vêm facilitando o acesso das pessoas às redes, foram surgindo muitas formas de contato e podemos citar especificamente as redes sociais, estudadas neste trabalho, pesquisadas e descritas tanto sua funcionalidade com seu uso pelos meios de comunicações, que a utilizam com o objetivo de passar informações e notícias de forma mais rápida e de também interagir com os leitores.

Podemos concluir que ao analisarmos o atual cenário, em que todos os grandes grupos de comunicações estão inseridos através de contas nas redes sociais e pesquisas indicam que estes meios conquistam novos leitores e pessoas que contribuem com estes meios, fornecendo informações por conta da interação direta entre os leitores e os meios de comunicações, possibilitada pela Internet.

O Imparcial tem investido em suas páginas nas redes sociais, tem melhorado e qualificado sua equipe que trabalha nas páginas e estar sempre antenados no que acontece na Internet para constantemente atualizar suas redes.

Essa constante interação entre leitores e meios, a velocidade com que as coisas são divulgadas, a melhora nas relações sociais e comerciais com o advento da Internet e da tecnologia, é chamada por Castells (1999) de sociedade em rede, e é um caminho sem volta e cabe a cada meio, cada profissional do jornalismo buscar melhorias, capacitações, qualificações para garantir a confiança do leitor.

O Imparcial Online não é apenas uma extensão de O Imparcial impresso, mas a forma mais eficiente, rápida e barata de se aproximar dos seus e conquistar novos leitores, o que deixa evidente a importância das redes sociais para o jornalismo.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, S. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Santos (SP): Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <<http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/105-redes-sociais-na-internet-desafios-a-pesquisa>>. Acesso em: 20 jan 2014.

ARAGÃO, R. M.. Usos Jornalísticos do *Instagram*: Aproximações a partir do JC Imagem. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste** – Recife – PE. 2012. Disponível em: < <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0922-1.pdf> >. Acesso em: 20 mai. 2014.

BOYD, D.; ELLISON, N. B.. Sites de redes sociais: Definição, história e bolsa de estudos. **Jornal de Comunicação Mediada por Computador**. Ano 13. N.1. 2007. Disponível em: < <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> >. Acesso em: 20 jan 2014.

CARVALHO, M.; PELLEGRINI, P. A.. O que você está fazendo? O *Twitter* e as relações entre os jornalistas e as fontes. **CAMBIASSU – EDIÇÃO ELETRÔNICA**. Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Ano XIX - Nº 5 – Vol. II. Jan/Dez de 2009. Disponível em: < [http://www.cambiassu.ufma.br/cambi\\_2009/mariela.pdf](http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2009/mariela.pdf) >. Acesso em: 31 jan. 2014.

CASTELLS, M.. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FERREIRA JUNIOR, J.; MATOS NETO, E. O.. A construção da memória digital em O Imparcial. **9º Encontro Nacional de História da Mídia**. UFPO. Ouro Preto. MG. 2013. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/a-construcao-da-memoria-digital-em-o-imparcial> >. Acesso em: 31 jan. 2014.

GARCEZ, C. **O Imparcial Online**: Uma análise do jornalismo no Maranhão. São Luís, 2009.

GILLMOR, D. **We the Media** - Grassroots Journalism by the People, for the People [online]. 2004. Disponível em: <<http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>. >. Acesso em: 14 abr 2014.

JAVA, A et al.. **Why We Twitter**: Understanding Microblogging Usage and Communities. California, USA. [On-line]. 2007. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1348556>>. Acesso em: 14 abr. 2014.

LEÃO, L.. **O labirinto da hipermídia**: Arquitetura e navegação no ciberespaço. 2. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

LEMOS, A.. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LEMOS, A.. LÉVY, P.. **O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2ª ed., 2010.

LÉVY, P.re. Cibercultura. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999.

LOPEZ, X.. Gerenciamento de canais de participação no jornalismo online. Mensagem Estudos de Jornalismo. Vol 13, 2007. Disponível em: < <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=339855> >. Acesso em: 14 abr 2014.

MOHERDAUI, L.. **Guia de estilo WEB**: produção e edição de notícias online. 3 ed. rev. e ampl. São Paulo: Senac, 2007.

MONTEIRO, L.. A internet como meio de comunicação: possibilidades e limitações. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XXIV Congresso Brasileiro**

**da Comunicação** – Campo Grande /MS – setembro 2001. Disponível em: < <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaovirtual/0158.pdf> >. Acesso em: 10 fev. 2014.

NOBRE, C.; MAGALHÃES, R. Utilização do *Twitter* pelos meios de comunicação portugueses. **INTERNET LATENT CORPUS JOURNAL**. VOL. 1 N. 1. 2010. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/ilcj/article/view/940>>. Acesso em: 31 jan. 2014.

PADILHA, S.. A cibercultura manifesta na prática do webjornalismo. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, PósCom-Metodista, a. 29, n. 50, p. 103-120, 2. sem. 2008.

RECUERO, R.. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre. Ed. Sulina, 2009.

SILVA JR, J. A.. Da fotografia Expandida à Fotografia Desprendida: Como o *Instagram* Explica a Crise da Kodak e Vice-versa. **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza, 2012. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=50988> >. Acesso em: 11 jan. 2014.

SOUSA, M.. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. São Luis, 05 fev. 2014.

SOUZA, D. A. et al. **O IMPARCIAL**: histórico e a consolidação dos diários associados no Maranhão. São Luís, 2006.

ZAGO, G. S.. “Apropriações jornalísticas do *Twitter*: A criação de mashups”. **II Simpósio da ABCiber**. São Paulo. [On-line]. 2008. Disponível em: <[www.cencib.com.br/simposioabciber/PDFs/CC/Gabriela%20da%20Silva%20Zago.pdf](http://www.cencib.com.br/simposioabciber/PDFs/CC/Gabriela%20da%20Silva%20Zago.pdf)>. Acesso em: 14 Abr 2014.