

**CONTEÚDO JORNALÍSTICO NO INSTAGRAM: RECONFIGURAÇÕES  
ORIENTADAS PELAS NORMATIVAS DA PLATAFORMA E SEUS IMPACTOS**

**JOURNALISTIC CONTENT ON INSTAGRAM: RECONFIGURATIONS GUIDED BY  
THE PLATFORM'S REGULATIONS AND THEIR IMPACTS**

**CONTENIDO PERIODÍSTICO EN INSTAGRAM: RECONFIGURACIONES GUIADAS  
POR LAS REGULACIONES DE LA PLATAFORMA Y SUS IMPACTOS**

**Tháisa Bueno**

Universidade Federal do Maranhão - UFMA  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7048-3920>  
Imperatriz, MA, Brasil

**Marcelli Alves**

Universidade Federal do Maranhão - UFMA  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8014-3946>  
Imperatriz, MA, Brasil

**Valéria Cristina Rodrigues da Silva**

Universidade Federal do Maranhão - UFMA  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1498-1522>  
Imperatriz, MA, Brasil

Recebido: 26/03/2025 / Aprovado: 23/04/2025

Como citar: BUENO, T.; ALVES, M.; SILVA, V. C. R. da. Conteúdo Jornalístico no Instagram: reconfigurações orientadas pelas normativas da plataforma e seus impactos. GEMInIS, v. 16, p. 247-274, 2025

Direito autoral: Sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 3.0 Internacional.

## RESUMO

Este estudo analisa como o Instagram pode alterar a forma de escrever notícias, levando em consideração as diretrizes e políticas da mídia social. Para tanto, é analisado o veículo de Web TV *ImperatrizOnline*, o mais importante veículo online da segunda maior cidade do Maranhão. O estudo adota entrevistas semi-estruturadas com profissionais que atuam na redação e a análise descritiva de *posts*. O objetivo é verificar como as restrições da plataforma têm provocado limitações e mudanças no processo de construção das notícias. Entre as considerações, ficou evidente que a plataforma afeta diretamente a escrita dos textos alterando, inclusive, sua linha editorial.

**Palavras-chave:** Diretrizes; Instagram; ImperatrizOnline.

## ABSTRACT

This study analyzes how Instagram can change the way news is written, taking into account the guidelines and policies of the social media. To this end, the Web TV *ImperatrizOnline*, the most important online media outlet in the second largest city in Maranhão, is analyzed. The study uses semi-structured interviews with professionals who work in the newsroom and the descriptive analysis of posts. The objective is to verify how the platform's restrictions have caused limitations and changes in the news construction process. Among the considerations, it was evident that the platform directly affects the writing of texts, even changing their editorial line.

**Keywords:** Guidelines; Instagram; ImperatrizOnline

## RESUMEN

Este estudio analiza cómo Instagram puede cambiar la forma en que se escriben las noticias, teniendo en cuenta las pautas y políticas de las redes sociales. Para ello, se analiza el vehículo Web TV *ImperatrizOnline*, el vehículo online más importante de la segunda ciudad de Maranhão. El estudio adopta entrevistas semiestructuradas con profesionales que actúan en redacción y análisis descriptivo de los posts. El objetivo es verificar cómo las restricciones de la plataforma han provocado limitaciones y cambios en el proceso de construcción de noticias. Entre las consideraciones, se evidenció que la plataforma incide directamente en la redacción de textos, incluso cambiando su línea editorial.

**Palabras Clave:** Pautas; Instagram; ImperatrizOnline.

## 1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa discute como as orientações de uso das redes sociais digitais impactam o texto jornalístico das empresas que mantêm perfis nessas plataformas, tendo como foco um recorte regional (Imperatriz-MA). A proposta é entender o processo de produção de notícias no *Instagram* a partir das restrições, chamada pela rede de “Diretrizes da Comunidade do Instagram”, bem como identificar as mudanças que o texto sofre para se adequar as essas normativas.

O problema de pesquisa materializa-se na seguinte pergunta: **Como as restrições do *Instagram* impactam o texto e o conteúdo das notícias publicadas?** Para responder tal questionamento, o recorte da pesquisa escolheu como objeto empírico o veículo *Imperatriz Online*, uma empresa de produção de conteúdo informativo que atua em Imperatriz, interior do Maranhão, desde 2013.

O estudo se justifica na medida em que as redes sociais são fortes aliadas na divulgação de conteúdo jornalístico. Hoje, a maioria dos veículos nacionais possuem perfis no *Instagram* voltados para o público específico do meio. A exemplo: Jornal Nacional, Jornal Hoje, ambos da Rede Globo; e Jornal da Record.

Para dar conta da proposta, este estudo selecionou dois momentos em que as diretrizes da plataforma interferiam diretamente na divulgação de conteúdo jornalístico: no primeiro semestre de 2021, no período da Pandemia do Coronavírus, em que palavras como Covid e vacinação foram limitadas pela rede social; e no primeiro semestre de 2022, quando a plataforma monitorava mais fortemente termos como morte e assassinato. Durante esses períodos, foram analisadas postagens representativas publicadas pelo perfil do *Imperatriz Online*, com base na relevância editorial, no engajamento e na presença de termos potencialmente sensíveis às Diretrizes da Comunidade do Instagram. Considerando a média diária de publicações da empresa — cerca de 22 postagens escritas e 6 *reels* —, estima-se que a amostra analisada tenha girado em torno de 48 conteúdos (sendo aproximadamente 32 *posts* escritos e 16 *reels*), número compatível com uma semana de publicações. No entanto, para este estudo, vale ponderar que a escolha por uma amostra qualitativa e não exaustiva considera o caráter exploratório da pesquisa, que busca compreender de forma aprofundada como as restrições da plataforma afetam o processo de construção da notícia, e não de fato mensurar a frequência de ocorrências.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O *Instagram* foi lançado dia 6 de outubro de 2010, como uma rede social especializada em publicação de fotografias. Com essa vocação, Batista (2014) definiu sua apropriação pelos veículos de mídia como um espaço para propagação de “pílulas visuais informativas” (Batista, 2014). De fato, o padrão de compartilhamento de imagem na plataforma mudou a forma de atuação dos jornalistas na produção da informação, pois foi preciso adequar a imagem aos formatos da rede para além do tamanho, mas também pensando em questões de ângulo e recorte (Piza, 2012). Mas hoje essa não é a única mudança perceptível. Com as restrições e orientações da rede sobre o conteúdo, isso gera uma reestruturação também na escrita e das escolhas do que se pode e como pode publicar.

Autores concordam que o texto jornalístico na rede é diferente do produzido na mídia tradicional, ainda que digital, por conta da estrutura/arquitetura (digital) em que está inserido, mas também pela política empresarial do grupo que a controla (Salaverria 199; 2015; Palacios, 1999; Pavlik, 2008; Seixas, 2012 entre outros). A plataforma oferece recursos, mas também interfere no modo de uso, o que leva a adequações na prática jornalística, particularmente, porque, nesse caso, as empresas jornalísticas ou outros agentes comunicacionais não são os proprietários destas plataformas, mas sim, usuários destas redes, como qualquer outro que se cadastra na mídia social. Em outras palavras, precisam organizar suas lógicas de produção e circulação para que faça sentido na gramática de funcionamento daquele espaço “emprestado”. Essa escolha pode impactar diretamente no conteúdo divulgado e tratamento dado a certas temáticas.

Particularmente sobre essas mudanças geradas pelo *Instagram*, não há consenso entre os pesquisadores sobre o quanto essas transformações alteram de fato o que se entende por conteúdo jornalístico, ou se isso acaba ou não redesenhando a estrutura discursiva do gênero. Conforme pontua Bustamant (2022), a lógica capitalista imposta por empresas como *Google* e *Facebook*, que permite controle de parte do processo de distribuição, abriu espaço para que imponham seus critérios na produção de notícias. Critérios esses que alteram as práticas e levam a escrita de conteúdo baseado em certos parâmetros, nem sempre ancorados em valores de igualdade e justiça social. Como explica Retegui (2014, p.18 – tradução livre) “*se constituyeron en un tipo de control técnico (Control de Trabajo) sobre los redactores y editores y de condicionamientos sobre la dinámica de producción*”<sup>1</sup>. A discussão do autor, embora enfoque mais fortemente sobre as condições de trabalho dos jornalistas, permite uma reflexão sobre o tipo de conteúdo que se produz nesses espaços limitados semanticamente.

---

<sup>1</sup> “*Tornaram-se uma espécie de controle técnico (Work Control) sobre repórteres e editores e condicionam a dinâmica da produção*”

A questão que se coloca na discussão em torno das diretrizes que norteiam a produção de informação nas redes sociais é que este controle não é meramente técnico, ele atinge o caráter simbólico de acesso e distribuição do conteúdo. A medida em que determina palavras, limita escolhas, elimina ambiguidades, engessa pensamentos, entre outras ações, acaba por criar um “aprisionamento tecnológico” (Lanier, 2012, p.22). Ou seja, por meio dessas diretrizes, que são modificadas de tempos em tempos dentro de uma lógica puramente econômica, questões complexas da realidade podem ser reduzidas a bom ou ruim, limitando interpretações.

### **3. BREVE EXPLANAÇÃO SOBRE AS DIRETRIZES DO INSTAGRAM**

O Instagram é uma plataforma de mídia social amplamente conhecida por permitir o compartilhamento de fotos e vídeos entre os seus usuários de forma rápida. A popularização do Instagram despertou em empresas e instituições, inclusive na imprensa, um interesse na criação de conteúdos voltados para o aplicativo. Podemos então, “entender o Instagram como um dispositivo com modo de estruturação específico de espaço-tempo e que serve para essas empresas comunicacionais como meio de divulgação dos seus conteúdos e interação com seus leitores” (Gonzalez, 2018, p. 5).

No primeiro semestre de 2021, uma pesquisa conduzida pela Companhia Internacional de dados digitais, Statista, e divulgada pela plataforma de descontos online, CUPONATION, revelou que o Instagram se destacava como uma das redes sociais mais populares no Brasil (Cuponation, 2021). Segundo os resultados do estudo, o Brasil classificou-se em terceiro lugar no ranking global de países com o maior número de usuários ativos diariamente no Instagram, com aproximadamente 99 milhões de brasileiros utilizando a plataforma regularmente.

Mas para participar da comunidade, a rede social estabelece diretrizes específicas que, conforme argumentam, serviriam para atuar proteção dos usuários contra conteúdo prejudicial e abusivo, incluindo informações falsas. Portanto, ao definir regras claras sobre o que é permitido e o que não é, o Instagram diz criar um espaço diverso, aberto e seguro para todos, facilitando assim a interação e a comunicação entre os usuários e as empresas.

Nesse sentido, as diretrizes do Instagram abrangem inúmeros aspectos, como a propriedade intelectual, nudez, interações autênticas, conformidade legal e respeito pela comunidade e são fundamentais na prevenção do compartilhamento de conteúdo ilegal, ofensivo ou prejudicial, de forma a garantir que a plataforma seja apropriada para todos os públicos. No contexto empresarial, as diretrizes auxiliam na dissuasão de práticas comerciais desonestas, spam e outras formas de abuso. O quadro abaixo, detalha quais são e como funcionam as diretrizes.

### Quadro 1 – Diretrizes da Comunidade

<b>Usuários devem compartilhar apenas conteúdos de sua autoria</b>	Os usuários devem estar cientes acerca da propriedade sobre o conteúdo publicado na comunidade. Devendo apenas publicar conteúdo de sua autoria e evitar compartilhar qualquer outro conteúdo sem a devida autorização para que os direitos de propriedade intelectual de uma outra pessoa sejam resguardados.
<b>Usuários devem publicar apenas fotos e vídeos apropriados para um público variado</b>	O Instagram não permite a publicação de quaisquer conteúdos que contenha nudez, relações sexuais, genitais, nádegas e alguns casos, mamilos femininos. Havendo exceções em alguns casos como por exemplo: parto, amamentação, saúde, protestos e representações artísticas. Além disso, o Instagram pode remover publicações que exponham crianças nuas ou parcialmente nuas para devidos fins de segurança.
<b>Os usuários devem promover apenas interações sinceras e significativas</b>	Essa medida tem por objetivo contribuir para a prevenção de <i>spam</i> e por isso, é recomendado que os usuários evitem realizar interações de forma artificial ou que publiquem conteúdo repetitivo ou até mesmo contatem frequentemente outros usuários para fins comerciais sem o consentimento delas. Além disso, ofertar dinheiro, brindes em troca de engajamento, publicar conteúdos que incentivem a avaliação de usuários falsos ou se passar por outras pessoas não é permitido.
<b>Os usuários devem agir em conformidade legal</b>	O Instagram não permite a exaltação de terrorismo, crime organizado ou quaisquer outros grupos que promovam o ódio e a violência. Ademais, também é proibida a compra e venda de armas de fogo, álcool, serviços sexuais e drogas não medicinais. O Instagram também proíbe a comercialização de animais vivos (exceto por lojas físicas), de espécies ameaçadas por extinção e a organização de caça clandestina. Contas que promovem apostas online ou quaisquer outros jogos de azar, devem primeiro adquirir permissão por escrito. A plataforma também adota uma política de tolerância zero em relação a divulgação de conteúdo sexual envolvendo menores de idade e chantagem de divulgação de imagens íntimas.
<b>Os usuários devem respeitar toda a comunidade</b>	O Instagram visa promover uma comunidade diversificada e positiva e por isso, faz a remoção de conteúdo que contenha ameaças à segurança pública e pessoal, discursos de ódio e ataques a outros usuários com o objetivo de causar danos ou constrangê-los. O Instagram também tem o direito de remover informações pessoais que estejam sendo utilizadas para chantagear ou assediar alguém e mensagens enviadas repetidamente. Em hipótese alguma é permitido o incentivo violência ou ataques baseados na raça, etnia, nacionalidade, gênero, religião, identidade de gênero, orientação sexual, deficiências e doenças.

<b>Os usuários devem manter um ambiente solidário e não podem promover a automutilação</b>	A comunidade do Instagram se preocupa com o bem-estar de todos os seus membros que muitas das vezes enfrentam desafios como distúrbios alimentares, automutilação e outros problemas e ingressam na rede em busca de conscientização ou apoio. Por esse motivo, o Instagram fornece informações e recursos na Central de Ajuda. No entanto, não é tolerado pela plataforma ações como encorajar ou solicitar a prática de automutilação.
<b>Os usuários devem ter cuidado ao divulgar publicações</b>	O Instagram reconhece que muitos usuários utilizam a plataforma para compartilhar eventos relevantes e significativos. No entanto, devido a diversidade do seu público e de idades entre os usuários, publicações que contenham violência explícita são removidas, exceto em casos de conscientização, onde esse tipo de conteúdo deve ser compartilhado com uma legenda de alerta que indique o conteúdo publicado.

Fonte: Adaptado do Instagram, Diretrizes da Comunidade, 2021

Quando essas diretrizes e políticas de uso da plataforma são violadas, o usuário pode ser punido sendo impedido de utilizar alguns recursos do App, além de ter o alcance das postagens limitado, causando uma queda brusca no engajamento do perfil. Isto porque as publicações no *feed* ficam ocultas e as pesquisas para encontrar o perfil são bloqueadas, este tipo de punição é chamada de “*shadowban*”, cujo a tradução significa “banido à sombra”. Em casos mais severos, a conta do usuário pode ser desativada, sem possibilidade de recuperação.

As atualizações dos Termos de Uso e das Diretrizes da Comunidade, ocorrem sempre que a Meta considera necessário. Em 2019, a plataforma começou a trabalhar com verificadores de fatos independentes para analisar e rotular publicações com informações falsas. Desde então, as postagens analisadas consideradas falsas ou duvidosas tem o alcance reduzido, além de ser rotuladas para os usuários como falsas.

Em março de 2021, a Meta criou a “COVID-19: Central de Informações do Instagram”, para por regras no compartilhamento de conteúdos relacionados à pandemia, o principal objetivo foi, também, combater notícias falsas relacionadas à doença. As normas estabelecidas foram:

- Inclusão de mais recursos educacionais na Pesquisa do Instagram
- Adição de figurinhas para promover informações precisas
- Remoção de contas relacionadas à COVID-19 das recomendações, a menos que sejam publicadas por uma organização de saúde confiável
- Implantação da figurinha de doação em mais países e assistência para que as pessoas encontrem organizações sem fins lucrativos relevantes para apoiar

- Criação de um story compartilhado para ajudar as pessoas que estão em distanciamento social a se conectar com outras pessoas, usando uma figurinha “Em casa”
- Lançamento de uma nova maneira de navegar no Instagram com os amigos utilizando o bate-papo de vídeo (Instagram, 2021).

Em 2022, a plataforma fez atualizações nos recursos de proteção à comunidade contra abusos, entre eles o de “Palavras Ocultas”, que filtra “conteúdo prejudicial em comentários e solicitações de mensagem” (Instagram, 2022). Na atualização, o filtro para “detectar e ocultar mais erros de ortografia intencionais em termos ofensivo” (Instagram, 2022), também foi aprimorado.

Quando as diretrizes são violadas a plataforma notifica o usuário e aplica a punição. Através da ferramenta “Status da conta”, lançada no final de 2021, o usuário também pode verificar a situação do perfil para saber se, em algum momento, violou ou não as políticas da rede.

Apesar das normas estabelecidas pela plataforma terem o objetivo de proteger o usuário e garantir uma boa convivência na comunidade digital, elas também acabam por interferir no processo de construção da notícia em veículos que possuem perfis nessas plataformas. De maneira, que esses veículos, como é o caso do *Imperatriz Online*, precisam pensar em formas de adaptar o conteúdo jornalístico para evitar punições.

Embora o presente artigo tenha sido desenvolvido antes das recentes mudanças nas políticas do Instagram, as atualizações feitas pela plataforma apenas reforçam a relevância dos achados e das discussões aqui apresentadas, uma vez que demonstram a instabilidade constante imposta ao jornalismo digital. As novas diretrizes, como a redução de controle sobre conteúdos relacionados a *fake news* e termos questionáveis, refletem a mudança na forma como o Instagram lida com a moderação de conteúdo. Em vez de aplicar medidas mais rígidas e verificações independentes, a plataforma tem priorizado a liberdade de expressão, o que, paradoxalmente, pode resultar em um aumento na circulação de desinformação e conteúdos prejudiciais. Essas alterações, embora visem maior transparência e menos censura, acabam colocando os jornalistas em uma posição ainda mais delicada, ao serem obrigados a adaptar suas práticas e conteúdo de forma a navegar nessas novas regras, o que só reforça a ideia de que o jornalismo digital segue sujeito às mudanças constantes de políticas e diretrizes dessas plataformas.

#### 4. METODOLOGIA

Esta pesquisa, sendo um estudo sobre o ciberespaço, optou por aplicar o modelo teórico-metodológico híbrido do GJOL (Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line), do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (Machado; Palacios, 2007). O aporte inclui as seguintes etapas, que são adaptadas a cada objeto investigado: mapeamento e aprofundamento em um caso. O modelo de método híbrido proposto pelo GJOL se estrutura em duas etapas: “1) mapeamento das novas atividades e 2) elaboração conceitual das novas particularidades” (Machado; Palacios, 2007, p. 343).

A proposta de aplicação associa o uso complementar de procedimentos qualitativos e quantitativos, a depender de cada objeto, em um esquema de três fases. Na Fase 1, propõe-se a Análise Preliminar do Objeto, na qual a ideia é analisar o objeto de forma sistemática. É a etapa exploratória e onde se concentram as revisões de literatura da temática (nacional e internacional). A segunda fase inclui o mapeamento do campo. Machado e Palacios (2007) destacam que, a partir do conhecimento do campo e da literatura da área estudada, é preciso “identificar regularidades ou descontinuidades” (Machado; Palacios, 2007, p. 346).

A parte exploratória do estudo ajudou a definir dois momentos para a coleta de dados (posts a serem analisados): primeiramente o momento que recorta o primeiro semestre de 2021, quando as diretrizes do *Instagram* começaram a controlar palavras como Covid e Vacinação, por conta da proliferação e *fake news* naquele momento da pandemia que aplacava o país; e seguidamente o período do primeiro semestre de 2022, quando a plataforma passa a limitar *posts* com palavras como Morte e Assassinato. Esses dois momentos foram escolhidos porque os termos controlados pela rede social são usuais na cobertura factual do jornalismo e da própria linha editorial do veículo analisado, que mantém uma cobertura noticiosa do cotidiano, incluindo editoriais como Cidades e Polícia.

Ainda seguindo as orientações desta metodologia, adotou-se as entrevistas semiestruturadas com jornalistas que atuam na redação afim de levantar termos e estratégias de publicação. Foram entrevistados a Chefe de Redação, Mônica de Brandão; e o administrador do veículo, David Carvalho; e o repórter Lucas Aquino. Os nomes foram mantidos com o consentimento dos entrevistados.

#### 5. CONHECENDO O IMPERATRIZ ONLINE

Criado em 2013 apenas no facebook (<https://www.facebook.com/ImperatrizOnline>), somente em 2017 o *Imperatriz Online* expandiu sua atuação para o Instagram (@imperatrizonline), após a compra parcial de seu perfil pelo empresário David Carvalho. Antes desta expansão, a página era predominantemente destinada à promoção de publicidade.

Na plataforma, o veículo não só passou a publicar matérias escritas – complementadas por fotografias e legendas – como também diversificou sua produção de conteúdo ao desenvolver materiais audiovisuais, passando a se tornar uma *Web TV*. Exemplos dessa diversificação são os jornais "Antes do Almoço" e "Jornal da Noite", ambos transmitidos ao vivo. Contudo, essas transmissões foram descontinuadas em 2022.

Até julho de 2023, o veículo tinha mais de 287 mil seguidores só no *Instagram*. A *Web TV* também possui contas no *Tik Tok*, *Telegram*, *Twitter*, *Threads*, *YouTube*, além de grupos no *WhatsApp*, onde os participantes podem sugerir pautas, divulgar vagas de empregos, compartilhar notícias e achados e perdidos.

No ano de 2022, o *Imperatriz Online* foi incorporado ao “Grupo Mais Maranhão”, que engloba portais de notícias independentes como o “*SLZ Online*”, especializado em notícias da capital, e o “*Jornal Mais Maranhão*”, que foca em notícias de âmbito estadual. Coletivamente, esses veículos de comunicação alcançam um público superior a 1 milhão de pessoas nas redes sociais, ilustrando a significativa influência e abrangência que detêm no panorama informativo regional.

**Figura 1** - Soma total do público do Grupo Mais Maranhão



Fonte: Captura de tela, 2023

A *Web TV* se posiciona como um veículo de jornalismo independente, sem vínculo político, com seu foco editorial centrado em notícias e entretenimento pertinentes à Imperatriz e região. A sustentabilidade financeira da empresa de comunicação é assegurada pelos anúncios publicitários, vendidos para espaços nos *feeds* e *stories* das plataformas *Instagram* e *Facebook*, bem como em seu website oficial, [imperatriz.online](http://imperatriz.online).

**Figura 2** - Descrição sobre o *Imperatriz Online* em 2023



Fonte: Captura de tela, 2023

A empresa costuma ter uma média diária de mais de 25 publicidades só no *feed*. A disposição dos anúncios publicitários é meticulosamente programada, sendo veiculados a cada trinta minutos ou uma hora. A intenção é intercalar os anúncios com conteúdo jornalístico, prevenindo uma sequência contínua de publicidades que poderia comprometer a estética visual do perfil e saturar os leitores.

Ao todo, o *Imperatriz Online* produz mais de 20 publicações diárias. Estas são subdivididas em 16 postagens de matérias escritas e seis notícias veiculadas no formato de '*reels*', nas quais as informações são narradas por um dos jornalistas, em um período de pouco mais de um minuto.

Para evitar que as publicidades fiquem seguidas, o veículo conta ainda com a ajuda de postagens colaborativas dos portais "Mais Maranhão" e "SLZ Online". Este mecanismo, conhecido como "*collab*", disponibilizado pela ferramenta da plataforma "marcar colaborador", permite que certos conteúdos destes portais sejam também refletidos na linha do tempo do *Imperatriz Online*.

A divulgação de notícias nas redes sociais do veículo de comunicação é realizada das 7h às 23h. Para manter a cobertura informativa durante este período, o veículo dispõe de uma equipe de quatro jornalistas. Estes profissionais operam em diferentes turnos - matutino, vespertino e noturno - e têm metas estabelecidas quanto à quantidade de postagens: três matérias destinadas a estagiários e cinco a colaboradores sob regime CLT.

O *Imperatriz Online* dispõe de um estúdio próprio e espaço designado para a gravação de *reels*, além de acomodações para os setores financeiro e comercial e uma sala para o CEO, onde reuniões são igualmente realizadas. Até a finalização deste estudo, da equipe de jornalismo, somente dois repórteres e a Chefe de jornalismo exerciam suas atividades *in loco* durante o período matutino; os demais colaboradores operavam em regime de *home office*.

A filtragem de pautas é conduzida pelos jornalistas de plantão, sendo que o principal canal de recebimento das mesmas é o *direct* do Instagram da página. A redação mantém um grupo no aplicativo de mensagens, integrando toda a equipe de jornalismo, onde são comunicadas as escalas de plantão, alterações na produção de matérias, entre outros assuntos pertinentes.

Quanto aos conteúdos das postagens, por se tratar de um veículo de comunicação jornalístico, o *Imperatriz Online* não pode se abster de noticiar certos acontecimentos, que seguindo a lógica das políticas da plataforma do Instagram, não poderiam ser compartilhados. Esse é o caso de notícias envolvendo homicídios, abusos sexuais, agressão, entre outros. Isto se justifica, pois, a falta de cobertura desses eventos não seguiria os critérios de noticiabilidade que norteiam o jornalismo. Para cobrir esses acontecimentos e não ser punido pela plataforma, a redação redobra o cuidado com as imagens das reportagens. Não são utilizados fotos e vídeos que evidenciam sangue, corpos, ou que demonstre qualquer tipo de violência que resulte em morte. Em matérias de crimes de homicídios e de acidentes de trânsito, a página embaça esses tipos de imagens ou realiza cortes, de forma que a edição não retire a compreensão do público sobre o conteúdo.

No entanto, as limitações na divulgação das notícias não se aplicam somente ao material visual, mas também à escrita, tendo em vista que o Instagram restringe algumas palavras utilizadas pelos usuários. Contudo, a plataforma não disponibiliza uma lista de nomes que não podem ser usados. No *Imperatriz Online*, a identificação dessas palavras ocorre numa espécie de “achismo” e baseado nos estudos de especialistas, como também na experiência de outros usuários que trabalham diretamente com a rede (Carvalho, 2023, informação verbal).

Isso aí é mais aquela coisa de achismos mesmo, alguns influenciadores que já passaram por problemas, alguns youtubers que mostram “olha não use isso, não use aquilo”, então a gente acaba seguindo orientações de outros que já passaram por problemas. O Instagram não tem uma lista de palavras que você não pode usar, ele te dá a direção do que não pode ser feito, do que não pode ser usado, xingar, que é o discurso de ódio. A gente tem que interpretar e conseguir atender o que ele pede, de fato é um pouco turvo, é muito da interpretação (Carvalho, 2023, informação verbal).

O acompanhamento das atualizações das diretrizes e termos de uso do Instagram são feitos pelo diretor da empresa, David Carvalho. Segundo ele, a própria plataforma notifica quando há estas atualizações. Quando isso acontece, é realizada a leitura dos termos e em seguida as mudanças são repassadas à chefe de jornalismo, Mônica Brandão, e por meio dela a equipe é informada (Carvalho, 2023, informação verbal).

## 6. A SUBSTITUIÇÃO DE PALAVRAS COMO ESTRATÉGIA DE EVITAR PUNIÇÕES NO INSTAGRAM DO IMPERATRIZONLINE

Em junho de 2021, a diretoria do *Imperatriz Online* percebeu uma redução no alcance de notícias relacionadas a Covid-19. Tendo em vista que naquele momento as atualizações sobre a pandemia na cidade eram de extrema relevância para os leitores e de grande critério de noticiabilidade, o veículo precisou pensar em uma alternativa para continuar noticiando sem citar as palavras Covid-19 ou Coronavírus. A solução encontrada foi utilizar termos como testaram positivo e pandemia.

**Figura 3.** Boletim com dados sobre a Covid-19 em Imperatriz, publicada sem citar o nome da doença



Fonte: Captura de tela, 2023

Na figura 3, o jornalista que escreveu a matéria utilizou as expressões vírus da pandemia e vacina contra o vírus para induzir a compreensão do leitor. O mesmo método é utilizado no título da reportagem por causa da pandemia.

**Figura 4.** Matéria sobre uso de máscara por causa do aumento de casos de Covid-19, publicada sem citar o nome da doença



Fonte: Captura de tela, 2023

Na figura 4, a frase casos positivos do vírus da pandemia é usada para explicar o motivo da decisão da Agência Nacional de Vigilância Sanitária em determinar a volta do uso de máscara no aeroporto de Imperatriz por causa do aumento do número de pessoas infectadas.

Diferentemente do exemplo da Figura 3, o título da matéria da figura 4 não faz uso da palavra pandemia para indicar ao leitor que o conteúdo da reportagem estava relacionado ao Coronavírus, isto porque a palavra máscara no contexto inserido, também possui o mesmo potencial de correlação.

A empresa também percebeu que a diminuição de alcance das postagens se repetiu em reportagens que falavam sobre a imunização contra a Covid-19. Desta vez, o problema estava relacionado à palavra vacinação. A teoria formulada pelo veículo de comunicação durante as pesquisas para entender o baixo alcance nas postagens, é que a rigorosidade da plataforma a veiculação das notícias sobre o coronavírus e vacinação, ocorria por causa da grande disseminação de *fake news* sobre o tema nas redes sociais em geral.

O fato, era que tudo que englobava Covid-19 poderia ser associado pelo Instagram como notícia falsa ou conteúdo suspeito. Assim, as postagens com o termo sofriam algum tipo de restrição, as exceções se estendiam apenas a páginas oficiais de órgãos do governo, como o Ministério da Saúde e secretarias municipais e estaduais. No caso da vacinação, incluindo a de outras doenças, o veículo optou por evitar a publicação de matérias, decisão que perdura até hoje.

Em abril de 2022 a forma de noticiar crimes de homicídios, feminicídios, falecimentos de figura pública e mortes em acidentes, também precisou ser alterada devido às condições impostas pelo Instagram. A notícia não poderia mais citar palavras como morte, morreu e assassinato.

Uma das expressões mais utilizadas pelo veículo de comunicação para noticiar casos de mortes e evitar ser notificado pela rede social era perdeu a vida, como mostra a figura 5. Em uma matéria comum, o título preferencial seria identificado morador de Imperatriz que morreu após acidente na cidade de Axixá, o que deixaria a chamada da reportagem mais objetiva.

**Figura 5 - Matéria sobre morte de policial em acidente de trânsito**



Fonte: Captura de tela, 2023

Nas notícias sobre confrontos com a polícia com morte de criminosos ou em casos de homicídios em que as vítimas tinham envolvimento com o mundo do crime, a aplicação da expressão perdeu a vida muitas vezes causava o descontentamento dos usuários, que interpretavam a colocação como uma forma de amenizar ou diminuir a ação dos criminosos e, de estigmatizar a polícia.

Considerando a interpretação dos leitores, uma alternativa para essas reportagens consistia no uso de termos como não resistiu aos ferimentos e ficou sem vida, exemplo da figura 6 abaixo.

**Figura 6.** Matéria sobre morte de criminoso durante troca de tiros com a PM



Fonte: Captura de tela, 2023

Pouco antes do período no qual as notícias sobre mortes passaram por alterações, pelas mesmas circunstâncias, a prudência com a escrita havia sido aplicada a temas sensíveis como abusos sexuais. As palavras estupro e exploração sexual deixaram de ser utilizadas pela página e trocados para o uso da palavra mais genérica abuso, garantindo que as reportagens continuem relevantes e informativas sem violar as diretrizes da plataforma.

A Figura 7 evidencia esse processo de readequação da escrita jornalística nas matérias que abordam as operações policiais de combate a crimes sexuais contra crianças e adolescentes.

**Figura 7.** Matéria sobre operação da Polícia Federal contra combate a crimes de exploração sexual infantil



Fonte: Captura de tela, 2023.

As matérias apresentadas nas figuras 8 e 9, falam sobre casos de estupros cometidos em Imperatriz. O primeiro caso, trata-se de um protesto realizado após uma paciente denunciar ter sido estuprada por um médico durante uma consulta em uma Unidade Básica de Saúde. O segundo, relata a prisão de um homem preso suspeito de estuprar uma adolescente de 11 anos de idade. As duas matérias, no entanto, descrevem as ocorrências, tanto no texto, quanto na chamada, como abuso e assédio, porém fica evidente aos leitores os crimes cometidos.

**Figura 8 - Matéria sobre protesto contra crime de estupro cometido por médico**



Fonte: Captura de tela, 2023.

**Figura 9 - Matéria prisão de homem por estupro de vulnerável em Imperatriz**



Fonte: Captura de tela, 2023.

Além da escrita, a página também aplicou a metodologia de substituir as palavras nas *lives* dos jornais Antes do Almoço e Jornal da Noite, reportagens e *reels*.

Em 2023, o *Imperatriz Online* voltou a usar as palavras relacionadas à morte que estavam em desuso para evitar punições. As restrições referentes a outras palavras, no entanto, se mantêm e outras foram acrescentadas.

Além de todos os exemplos citados, a redação do *Imperatriz Online* ainda mantém uma série de palavras que não podem ser mencionadas nas reportagens devido às diretrizes do Instagram. Com base nas entrevistas e também das observações feitas pelas autoras, o quadro abaixo lista termos, que até a conclusão desta pesquisa, não podiam estar inseridos nas notícias. O quadro especifica o motivo das palavras sofrerem restrições e em que cenário na pauta jornalística elas são evitadas.

**Quadro 2** - Lista de palavras proibidas no *Imperatriz Online*

Palavras proibidas	Motivo da proibição	Onde é evitada
Depressão	A plataforma associa a temas sensíveis	Matérias policiais sobre desaparecimento de pessoas
Suicídio	A plataforma associa a incentivo a suicídio.	Matérias policiais envolvendo, geralmente, crimes de homicídios seguidos de suicídio.
Se matou	A plataforma associa a violência e incentivo a suicídio.	Matérias policiais envolvendo, geralmente, crimes de homicídios seguidos de suicídio.
Tirou a própria vida	A plataforma associa a violência e incentivo a suicídio.	Matérias policiais envolvendo, geralmente, crimes de homicídios seguidos de suicídio.
Mutilar	A plataforma associa a violência e incentivo a suicídio e automutilação.	Matérias policiais sobre crimes de tortura, homicídios.
Sextou	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Post descontraídos e interativos com os seguidores, algumas vezes voltadas para o entretenimento.
Sexo	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias policiais sobre casos de assédio e outros crimes sexuais.
Sexual	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias de operações policiais voltadas ao combate de abusos e explorações sexuais. Denúncias de assédio.
Abuso sexual	A plataforma associa o uso da	Matérias de operações policiais

	palavra a conteúdo sexual e de nudez.	voltadas ao combate de abusos e explorações sexuais.
Pênis	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias policiais sobre casos de assédio e outros crimes sexuais.
Seio	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias policiais sobre casos de assédio e outros crimes sexuais.
Genitais	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias policiais sobre casos de assédio e outros crimes sexuais.
Órgão sexual	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias policiais sobre casos de assédio e outros crimes sexuais.
Nua	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias policiais sobre casos de assédio e outros crimes sexuais.
Exploração sexual	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual, nudez e violência.	Matérias de operações policiais voltadas ao combate de abusos e explorações sexuais
Pornografia	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias de operações policiais voltadas ao combate de abusos e explorações sexuais.
Masturbar	A plataforma associa o uso da palavra a conteúdo sexual e de nudez.	Matérias policiais sobre casos de assédio e outros crimes sexuais.
Sorteio	A plataforma associa a oferta indevida de dinheiro ou brinde/ possíveis crimes de fraudes.	Matérias de pedidos de ajuda.
Rifa	A plataforma associa a oferta indevida de dinheiro ou brinde/ possíveis crimes de fraudes.	Matérias de pedidos de ajuda.
Pix	A plataforma associa a oferta ou arrecadação indevida de dinheiro/ possíveis crimes de fraudes.	Matérias de pedidos de ajuda.
Covid-19	A plataforma pode associar a conteúdo com informações não confiáveis/ falsas.	Matérias informativas sobre números de pessoas infectadas pela doença/ mortes/ imunização.

Coronavírus	A plataforma pode associar a conteúdo com informações não confiáveis/ falsas.	Matérias informativas sobre números de pessoas infectadas pela doença/ mortes/ imunização.
-------------	---	--

Fonte: Elaborado pelas autoras

Analisando o quadro acima, observa-se que as matérias policiais são as que mais sofrem restrições quanto ao uso das palavras. Isto acontece porque consequentemente, remetem a casos de violência e conteúdos sensíveis. Como nos exemplos anteriores, a maioria das palavras “proibidas” são substituídas por sinônimos ou termos que não tiram o significado e compreensão do acontecimento narrado na notícia para o leitor, como exemplifica o quadro a seguir.

**Quadro 3.** Termos utilizados para substituição de palavras proibidas no *Imperatriz Online*

Palavras proibidas	Termos utilizados para substituir as palavras proibidas
Depressão	Não utilizada e sem termos para substituição
Suicídio	Não utilizada e sem termos para substituição
Se matou	Não utilizada e sem termos para substituição
Tirou a própria vida	Não utilizada e sem termos para substituição
Mutilar	Não utilizada e sem termos para substituição
Sextou	Apenas “sexta-feira”
Sexo	Apenas “relação”
Sexual	Não utilizada e sem termos para substituição
Abuso sexual	Apenas “abuso”
Pênis	Partes íntimas
Seio	Peito
Genitais	Partes íntimas
Órgão sexual	Partes íntimas
Nua	Sem roupas
Exploração sexual	Abuso
Pornografia	Imagens de abuso
Masturbar	Ato obsceno
Sorteio	Não utilizada e sem termos para substituição
Rifa	Não utilizada e sem termos para substituição
Pix	Chave para doação

Covid-19	Vírus da pandemia, pandemia
Coronavírus	Vírus da pandemia, pandemia

Fonte: Elaborado pelas autoras

Analisamos o cruzamento das entrevistas, juntamente com a metodologia de observação participante e o estudo das postagens feitas no perfil do *Imperatriz Online*. Através do resultado delas, é possível afirmar que as plataformas sociais dificultam a produção de conteúdo no ciberjornalismo. No *Imperatriz Online*, isto se dá, principalmente, por meio da escrita.

As diretrizes têm sim, uma relevância em dificultar a produção do conteúdo, porque nos limita, por exemplo, na hora da ação da produção da notícia em si, na escolha de algumas pautas, na escolha de alguns vocabulários. O jornalismo sempre precisa fazer com que a linguagem fique fácil e acessível, mas as diretrizes do Instagram nem sempre nos permite isso em casos de crimes, de notícias sobre violência. Vacinação, por exemplo, é uma pauta que é importantíssima, é de grande relevância social, mas as diretrizes não nos deixam trabalhar isso de uma maneira devida, porque limitam o nosso alcance nessas notícias. Então, algumas dessas regras como não poder falar de vacinação, não poder relatar casos de ocorrências policiais, isso tudo acaba dificultando o trabalho jornalístico. (Brandão, 2023, informação verbal)

Na Web TV, as limitações impostas pelo Instagram por meio das *Diretrizes da Comunidade* mudam a linha editorial e os critérios de noticiabilidade, uma vez que, alguns temas deixaram, por algum momento, de ser noticiados e são evitados no perfil do veículo de comunicação. Apesar das estratégias adotadas pela redação de substituir os termos proibidos e evitar alguns conteúdos, essas limitações trazem maior dificuldade aos jornalistas em conseguir escrever a notícia com uma linguagem simples, clara e objetiva.

Eu acho que a maior dificuldade que eu enfrento quando eu tenho que escrever uma pauta que contém uma palavra que é proibida, restrita, ali dentro do Instagram, é realmente não fugir do foco, não fugir da ideia central da pauta, por que, por exemplo, na época em que os casos de Covid estavam em alta, surgia uma notícia ou outra em que a gente precisava escrever sobre o assunto e nós precisávamos usar outros termos que tivesse uma certa relação com a palavra Covid, como por exemplo, “vírus”, “vírus da pandemia”, usar a palavra “pandemia” ao invés de Covid. A gente tentava de alguma forma transmitir a informação sem fugir do foco e que de alguma forma desse para o leitor entender que nós estávamos falando de Covid. Mas não citar a palavra Covid gerava em mim a sensação de que eu poderia estar quase fugindo do foco. Então tinha assim um certo receio de, será que eu estou conseguindo transmitir a informação de forma clara para o leitor? (Aquino, 2023, informação verbal).

Por mais que o público leitor não compreenda como a plataforma interfere no processo de construção da notícia, ele percebe e estranha às mudanças na escrita da notícia e na fala dos jornalistas. “O público percebe e muitas vezes pergunta, como no tempo em que a gente não usava as palavras “morte”, “morrer”, “assassinado” e naquele período nós recebemos inúmeras perguntas, do porquê a gente não usava essas palavras” (Brandão, 2023, informação verbal).

A plataforma não é clara quanto às palavras restritas, o que dificulta todo o processo de identificação dos termos que geram punição. “Às vezes o conteúdo é classificado como um conteúdo ruim, como negativo e você não tem como identificar. De fato, tem que analisar os dados das postagens e tentar através dessa análise, ver o rumo mais correto possível a seguir” (Carvalho, 2023, informação verbal).

Diferentemente de outros veículos de comunicação da cidade, o *Imperatriz Online* opta por não usar substituição de letras por números nas palavras<sup>2</sup>, por acreditar que esse método também vai contra as normas do Instagram e que se identificado pela plataforma pode gerar punições mais severas.

Primeiro que isso é totalmente deslegante com o texto, e segundo que é uma besteira! A própria inteligência artificial já consegue interpretar esses textos, assim como a gente lê e interpreta. É uma ilusão, quem acha que coloca lá os números com letras e passa despercebido. Então, a gente não adere porque primeiro a gente estaria burlando as regras, é a mesma coisa da gente ir contra a lei. Se você quer estar no Instagram você tem que seguir as diretrizes, lá diz “pra você tá aqui tem que ser assim”. Vamos imaginar o cenário que a inteligência artificial não entenda e que ao você trocar as letras por números ela não interprete e passe direto. Vai que algum momento ela passe a identificar? Você vai ser penalizado e pode ser punido mais severamente. Então acho melhor mesmo jogar honesto, já que a plataforma libera os recursos e são claros em algumas coisas com a gente (Carvalho, 2023, informação verbal).

As estratégias adotadas pelo *Imperatriz Online* para evitar as punições sem burlar as diretrizes também são repassadas aos patrocinadores, uma vez que, as publicidades são divulgadas no mesmo espaço da rede social e também estão sujeitas a provocarem punições.

A gente orienta os clientes, que nem sempre seguem as nossas orientações. Na parte comercial a gente sempre tenta instruir o cliente de como ele pode tirar melhor proveito do espaço, mas é uma publicação como qualquer outra, então, a publicação da publicidade tem que seguir a mesma diretriz que a da notícia. Às vezes acaba uma publicidade passando, mas graças a Deus a gente nunca foi punido por uma

---

<sup>2</sup> Método com erros ortográficos propositais utilizado por muitos veículos no Instagram, para burlar o filtro da plataforma quanto ao uso de termos que provocam punições.

publicidade, exceto por questões de direitos autorais (Carvalho, 2023, informação verbal).

Por ser um veículo inteiramente on-line, no qual a entrada financeira ocorre através da venda de publicidades nas redes sociais e site, mas principalmente, em espaços no perfil do Instagram, punições mais severas, como a perda definitiva da conta na rede social poderiam causar danos difíceis de serem revertidos. Essa instabilidade, gera a necessidade de um maior cuidado com o que é veiculado e a necessidade de uma preparação jurídica.

A plataforma sempre comunica, ela dá uma chance. Claro que se for uma coisa muito absurda é banida imediatamente, e caso isso venha a acontecer a gente vai apelar para o jurídico, para a justiça. Porque nós seguimos todas as diretrizes, e como as regras não são cem por cento claras, se algum momento a gente falhar, nós gostaríamos de ter a chance de corrigir o erro e não só levar uma lapada nas costas. Até porque se a gente chegar a cometer um erro não é proposital, é de fato uma pequena falha, nós estamos o tempo todo tentando acertar. Quanto às medidas para evitar isso, é cuidado. A equipe de jornalismo é orientada para isso, e tem esse cuidado, até porque se trata do ganha pão deles (Carvalho, 2023, informação verbal).

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como no surgimento do telégrafo, do telefone e do computador, o jornalismo vem se adaptando e se transformando em um mundo cada vez mais voltado para as redes sociais. Buscando compreender como essas mídias impactam o texto jornalístico das empresas que mantêm perfis nas plataformas, selecionamos o Imperatriz Online — veículo voltado inteiramente para as redes — como corpus para este estudo.

Para isso, foi fundamental compreender o funcionamento do *Instagram* e suas Diretrizes da Comunidade, uma vez que elas constituem elemento central da dinâmica jornalística contemporânea. Por meio da metodologia adotada, foi possível fazer um apanhado detalhado sobre como as normas da plataforma afetam as notícias, alcançando também os demais objetivos da pesquisa: descrever as estratégias usadas pelo veículo para manter a publicação de conteúdos noticiosos sem violar as restrições e avaliar as mudanças que a escrita sofre para atender às exigências da plataforma.

Os resultados mostram que as diretrizes da rede social impactam diretamente o fazer jornalístico. A redação evita o uso de determinadas palavras que podem violar as normas da plataforma, substituindo-as por termos mais neutros. Entretanto, em situações mais sensíveis, há a decisão editorial de não publicar determinados conteúdos. Isso evidencia que a censura algorítmica — ainda que automatizada e baseada em parâmetros supostamente objetivos — tem efeitos concretos

sobre a linha editorial do veículo, limitando o escopo temático das coberturas e enfraquecendo o compromisso com a clareza e a transparência informativa.

Além disso, os próprios jornalistas entrevistados relataram dificuldades em manter a objetividade e a completude das informações diante das restrições da plataforma. Esse cenário se conecta à literatura crítica sobre a regulação de plataformas, que denuncia como as normas privadas de empresas de tecnologia — formuladas sem participação pública e aplicadas por sistemas opacos — vêm assumindo funções que impactam diretamente a liberdade de expressão e o direito à informação (O’Neil, 2020,; Christofoletti, 2025; Silveira, 2017, entre outros). No campo ético, tais restrições geram dilemas importantes para o jornalismo, especialmente quando os interesses das *big techs* se sobrepõem à missão pública de informar.

A audiência do Imperatriz Online, concentrada majoritariamente no Instagram, também percebe essas alterações. Em diversos casos, os leitores questionam a ausência de termos específicos ou sentem dificuldade em compreender completamente o conteúdo veiculado. As adaptações realizadas pelo veículo para contornar os bloqueios e penalidades impostas pelas plataformas acabam, por vezes, comprometendo a precisão e a acessibilidade da informação, o que demanda atenção crítica constante.

Buscar entender como essas normas funcionam reafirma a ideia de que o jornalismo mantém sua essência de se reconfigurar conforme os avanços tecnológicos. Ao mesmo tempo, este estudo evidencia um ponto ainda pouco debatido: a interferência direta das plataformas digitais nos processos editoriais e na redação jornalística, o que ressalta a atualidade e relevância da pesquisa. Por outro lado, entendemos que a pesquisa não encerra esta discussão. Como este estudo tem como principal limitação o recorte em um único veículo regional, o que restringe a generalização dos resultados. Como sugestão para pesquisas futuras, propõe-se a ampliação para outros contextos jornalísticos e plataformas digitais, além do acompanhamento das atualizações das diretrizes do Instagram e seus impactos contínuos na prática jornalística.

## REFERÊNCIAS

BATISTA, Erika Simoões Paula. **Jornalismo no Instagram?** Como os grandes veículos jornalísticos utilizam as redes sociais no ciberespaço. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014. 58 p. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2014/03/TCC-Monografia-%C3%89rika-Sim%C3%B5es.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2025.

BUSTAMANT, Martin. La Valorización de las plataformas y las reconfiguración del trabajo periodístico. **Avatares Comunicación/cultura**, n. 24, p. 01-18, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Thaysa/Downloads/7611-23175-2-PB.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2024.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Ameaças das plataformas digitais ao jornalismo: contributos para a regulação. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 39, n. 113, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2025.39113289>. Acesso em:

CUPONATION. Brasil é o 3º país com mais usuários ativos no Instagram em 2021. **Cuponation**, 2021. Disponível em: <https://www.cuponation.com.br/insights/instagram-2021>. Acesso em: 15 dez. 2024.

GONÇALEZ, Paulo Furlanetto. A circulação de Notícias no Instagram no Contexto da Sociedade em Mídia. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 2, p. 01-19, 2018. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/150>. Acesso em: 14 dez. 2024.

INSTAGRAM. Diretrizes da Comunidade. Termos e Políticas. Disponível em: [https://help.instagram.com/179980294969821/?helpref=hc\\_fnav](https://help.instagram.com/179980294969821/?helpref=hc_fnav). Acesso em: 17 set. 2023.

\_\_\_\_\_. Continuando a manter as pessoas seguras e informadas sobre a COVID-19. *About Instagram*, 2021. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/continuing-to-keep-people-safe-and-informed-about-covid-19>. Acesso em: 04 out. 2023.

\_\_\_\_\_. Combater a desinformação no Instagram. *About Instagram*, 2019. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/combating-misinformation-on-instagram>. Acesso em: 04 out. 2023.

\_\_\_\_\_. Novas ferramentas de segurança para criadores. *About Instagram*, out. 2022. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/creator-safety-tools>. Acesso em: 04 out. 2023.

LANIER, Jaron; YAMAGAMI, Cristina. **Bem-vindo ao futuro**: uma visão humanista sobre o avanço da tecnologia. São Paulo: Saraiva, 2012. 248 p.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 199-222.

PALACIOS, Marcos. **Hipertexto, fechamento e uso do conceito de não-linearidade discursiva**, 1999. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999\\_palacios\\_hipertexto\\_naolinearidade.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_palacios_hipertexto_naolinearidade.pdf). Acesso em: 10 ago. 2024.

PAVLIK, John. **Media in the digital age**. New York: Columbia University Press, 2008.

PIZA, Maria Vassalo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. Monografia (Graduação em Ciências Sociais com habilitação em Sociologia) – Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2012. 48 p. Disponível em: [https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012\\_MarianaVassalloPiza.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf). Acesso em: 06 jun. 2023.

RETEGUI, Lorena. **Los procesos de organización del trabajo en la redacción de un diario. Un estudio a partir del diario La Nación, en el contexto digital (1995-2013)**. Tese de doutorado. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes, 2014. 235 p. Disponível em: <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/838>. Acesso em: 20 mar. 2025.

SALAVERRÍA, Ramón. **De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital**, 1999. Disponível em:  
<http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm>. Acesso em: 11 set. 2011.

SALAVERRÍA, Ramón. Mídia e jornalistas, um futuro em comum? **Parágrafo**, jan./jun. 2015. v. 1, n. 3. ISSN: 2317-4919.

SEIXAS, Lia. Teorias de jornalismo para gêneros jornalísticos. **Anais do 10º Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo, SBPJor**, 2012. Disponível em:  
<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1776/291>. Acesso em: fev. 2023.

SILVEIRA, Sergio Amadeus. **Tudo sobre tod@s: redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2017.

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa: como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia**. Santo André: Editora Rua do Sabão, 2020.

### Informações sobre o Artigo

**Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese:** Este artigo é resultado parcial de projeto de pesquisa financiado pelo Edital Fapema nº 04/2023, na modalidade Bolsa de Estímulo à Produtividade em Pesquisa. Parte dos achados aqui apresentados também integrou uma monografia de conclusão de curso vinculada ao projeto, defendida no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Câmpus de Imperatriz.

**Fontes de financiamento:** FAPEMA – Fundação de Apoio à Pesquisa do Maranhão

**Apresentação anterior:** “não se aplica”

**Agradecimentos/Contribuições adicionais:** “não se aplica”.

### Tháisa Bueno

Professora associada no Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) em Imperatriz desde 2010. Docente permanente do Mestrado em Comunicação na mesma instituição. Pesquisadora formada em Jornalismo pela UFMS, possui doutorado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2015) e Mestrado em Letras pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (2007). Coordena o Grupo de Pesquisa Espelho ([www.grupoespelho.ufma.br](http://www.grupoespelho.ufma.br)) e integra o Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo, numa parceria entre a UFMA e a UFMS. A pesquisadora é **Bolsista de Apoio à Difusão do Conhecimento do CNPq - Nível 1B, desde junho de 2025**.

**E-mail:** [thaisabu@gmail.com](mailto:thaisabu@gmail.com)

**ORCID:** ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7048-3920>

### **Marcelli Alves**

Doutora em Comunicação (Jornalismo e Sociedade) pela Universidade de Brasília, UnB. É professora adjunta da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e professora titular do mestrado em Comunicação na mesma instituição. Possui graduação em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (1999), especialização em Imagem e Som (2002, UFMS), Mestrado em Produção e Gestão Agroindustrial (2005, Uniderp) e Especialização em Gestão de Negócios de IES (Universidade Estácio de Sá do Rio de Janeiro, 2008).

**E-mail:** [marcellialvessalva@gmail.com](mailto:marcellialvessalva@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-8014-3946>

### **Valéria Cristina Rodrigues da Silva**

Jornalista formada pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Câmpus de Imperatriz. Durante sua formação, integrou as atividades e ações do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cibercultura (GCiber), coordenado pela Prof.<sup>a</sup> Dra. Thaisa Bueno, até dezembro de 2024.

**E-mail:** [jornalista.valeriacristina@gmail.com](mailto:jornalista.valeriacristina@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0000-1498-1522>