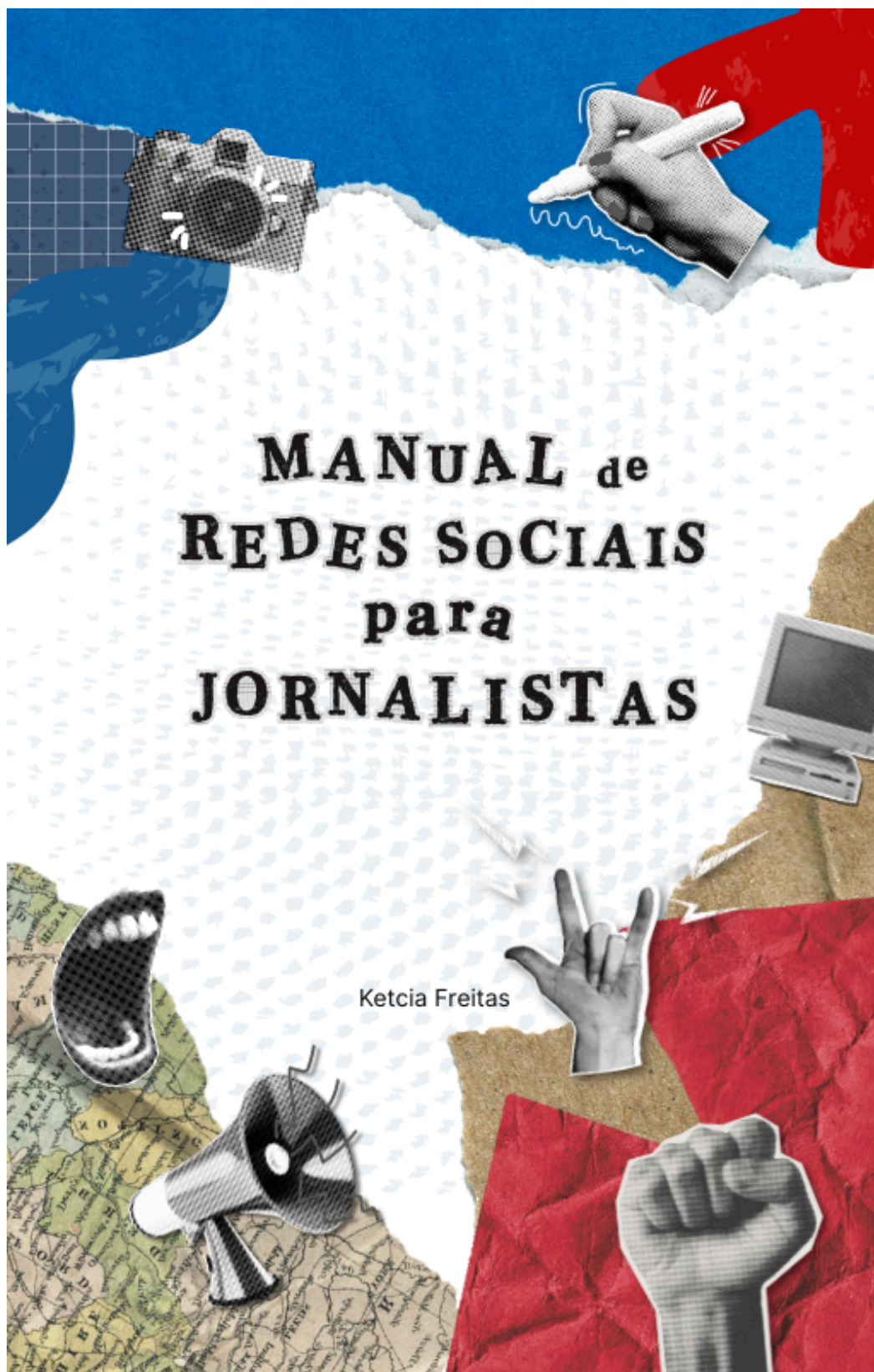




MANUAL DE REDES SOCIAIS PARA JORNALISTAS

Ketcia Freitas



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO - UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS DE IMPERATRIZ (CCIm)
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/JORNALISMO

KETCIA MIRELA FREITAS SILVA

MANUAL DE REDES SOCIAIS PARA JORNALISTAS

IMPERATRIZ - MA
2025

KETCIA MIRELA FREITAS SILVA

MANUAL DE REDES SOCIAIS PARA JORNALISTAS

Trabalho de conclusão de curso
apresentado como requisito para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo, pela Universidade Federal
do Maranhão (UFMA).

Orientadora: Profa. Dra. Yara Medeiros
dos Santos.

*“A mente que se abre a uma nova ideia
jamais volta ao seu tamanho original.”*

Albert Einstein

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus e a Nossa Senhora pela força e proteção em cada etapa desta caminhada. Foi a fé que me sustentou quando as dúvidas e o cansaço pareciam maiores que a vontade de continuar. Tudo tem seu tempo.

Aos meus pais, Tony Teles e Maria de Deus, meu amor e gratidão por todo apoio, por acreditarem nos meus sonhos e sempre me incentivarem. Eu sou quem sou porque tenho vocês. Aos meus amigos Amanda, Tiago, Nylla e Venilson, que estiveram presentes nos momentos mais difíceis e também nos mais felizes, obrigada por cada palavra de incentivo, cada abraço e cada risada que tornaram essa jornada menos solitária.

Minha orientadora, professora Yara Medeiros, obrigada pelo carinho e paciência, pelo incentivo constante e pela orientação generosa que tornaram possível transformar este projeto em realidade. Sou grata também aos professores que fizeram parte da minha formação e contribuíram para que eu descobrisse que o jornalismo vai muito além das pautas do dia a dia. São histórias, encontros e a possibilidade de fazer diferença na vida das pessoas.

Aos entrevistados Thiago Pestana, Elton Sales e Ellen Monteiro, meu sincero agradecimento por compartilharem seus conhecimentos e experiências de maneira tão generosa. Aos colegas que trilharam comigo o caminho do TCC, entre madrugadas de produção, inseguranças e pequenas vitórias diárias, obrigada pela companhia e apoio mútuo.

Aos que ajudaram a criar a primeira atlética de comunicação da UFMA de Imperatriz, Atlética Gazeta, obrigada por contribuírem para a história do nosso curso com espírito de equipe e entusiasmo, além do incentivo ao esporte. Certamente ficará marcado no meu coração. Agradeço também à Imprensatriz e todos os estágios que experimentei: Merge Contadores, Birô de Comunicação, Jornal Mais Maranhão, Imperatriz Online, SLZ Online e Rede Radical Fitness.

Cada etapa, desde o primeiro dia de aula on-line até a última disciplina cursada, foi fundamental. Este trabalho é resultado de tudo que aprendi e vivi, e também uma forma de devolver à comunicação um pouco daquilo que ela me ofereceu: a certeza de que sempre é possível se reinventar, criar e compartilhar.

RESUMO

Este trabalho apresenta o relatório técnico da produção do e-book Manual de Redes Sociais para Jornalistas. A publicação tem o objetivo de oferecer orientações práticas para a atuação profissional no ambiente digital. A obra organiza-se em capítulos proporcionando uma compreensão sobre o uso estratégico das redes sociais na atividade jornalística. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, buscando compreender a essência da comunicação em rede e sua influência sobre o fazer jornalístico. Os procedimentos metodológicos incluíram pesquisa bibliográfica, levantamento de referências sobre tendências digitais e entrevistas semiestruturadas com três profissionais atuantes na produção de conteúdo digital, sendo das áreas do jornalismo, marketing e direito. O resultado é um material que articula teoria e prática, contribuindo para o aprimoramento do jornalismo frente aos desafios éticos, legais e comunicacionais impostos pelas mídias digitais.

Palavras-chave: Jornalismo digital; Redes Sociais; Produção de conteúdo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Ícones	17
Figura 2 Layout do ebook.....	17
Figura 3 Layout da capa	18
Figura 4 Geração de imagem com Inteligência Artificial.....	19
Figura 5 Comandos criados com Inteligência Artificial	20
Figura 6 Layout do sumário	21
Figura 7 Layout de capítulos.....	21
Figura 8 Paleta de Cores	22
Figura 9 Boxes	23
Figura 10 Layout entrevistas.....	23

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 METODOLOGIA.....	10
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
3.1 Manual de redes sociais.....	14
4 ESTRUTURA DO PRODUTO.....	16
4.1 Custos de execução	21
5 CONCLUSÃO.....	22
6 REFERÊNCIA	23

1 INTRODUÇÃO

A popularização das redes sociais transformou significativamente a forma como as pessoas consomem e interagem com as notícias. O jornalismo tradicional passou a enfrentar o desafio de dividir espaço e disputar atenção com blogs e perfis que divulgam informações em tempo real, muitas vezes sem o devido rigor na apuração dos fatos. Diante desse novo cenário, e considerando minha trajetória pessoal e profissional com a comunicação digital, surgiu a motivação para desenvolver este e-book, com o objetivo de apresentar estratégias fundamentais para que comunicadores possam se destacar, mantendo-se ativos e relevantes em um ambiente cada vez mais competitivo e descentralizado.

Minha escolha por esse tema se deve à afinidade que desenvolvi com as redes sociais ao longo da minha formação, especialmente durante experiências de estágio e atuação profissional na área de comunicação. As habilidades adquiridas ao longo do curso e o contato direto com a produção de conteúdo digital despertaram em mim o desejo de contribuir com a área, não apenas como comunicadora, mas também como pesquisadora. Esta iniciativa visa deixar um legado aos futuros estudantes e jornalistas, oferecendo um material atualizado e alinhado com os desafios enfrentados no cenário atual, considerando que muitos conteúdos disponíveis se encontram desatualizados.

O guia proposto tem caráter prático e didático, direcionado à jornalistas e profissionais da comunicação, com foco em orientações sobre como se inserir, atuar e se destacar nas redes sociais. Com base em experiências concretas, o trabalho busca responder a questionamentos que também foram meus ao longo da formação: “Como se posicionar profissionalmente em ambientes digitais?”, “Quais práticas ajudam a preservar a credibilidade diante de um público cada vez mais exposto à desinformação?”, “Como equilibrar agilidade e apuração no jornalismo digital?”.

O crescimento das plataformas digitais ampliou o acesso à informação, mas também abriu espaço para a disseminação de dados não verificados. Segundo o Relatório Global Digital 2024, o Brasil é o segundo país onde a população mais passa tempo conectada à internet, o que reforça a urgência de práticas responsáveis na comunicação on-line (We Are Social; Meltwater, 2024).

Além disso, a descentralização midiática, impulsionada pelas redes sociais, deslocou o protagonismo dos grandes veículos de comunicação, que agora competem com blogueiros, influenciadores e páginas que priorizam a rapidez e o engajamento, muitas vezes em detrimento da responsabilidade editorial. Esse novo cotidiano desafia os jornalistas a

manterem a ética e o rigor técnico, ao mesmo tempo em que precisam ser ágeis para não perder relevância.

Contudo, o consumo acelerado de informações exige práticas mais dinâmicas e adaptáveis. O jornalismo que apenas reproduz dados sem checagem não atende às necessidades de um público que valoriza transparência e profundidade. O manual busca orientar profissionais sobre organização de conteúdo, estratégias de verificação, linguagem acessível e construção de autoridade em redes sociais.

O surgimento de blogs e portais independentes ampliou a diversidade de vozes no ambiente digital, atendendo nichos específicos e reforçando a segmentação da audiência. Entretanto, essa fragmentação também acentuou o risco da desinformação. Por isso, é essencial que o jornalista produza conteúdo de qualidade, posicione-se com credibilidade e explore as potencialidades do meio digital sem abrir mão da ética.

Assim, este manual se propõe como uma ferramenta de apoio aos comunicadores que desejam fortalecer sua presença digital, utilizando as redes sociais de forma estratégica e consciente. Este manual nasceu do cruzamento entre minhas vivências, inquietações acadêmicas e desafios profissionais, com a intenção de oferecer respostas a questões emergentes e, ao mesmo tempo, incentivar o exercício do jornalismo com responsabilidade no contexto das novas mídias.

2 METODOLOGIA

A produção deste e-book adotou uma abordagem metodológica de natureza qualitativa, fundamentada em duas frentes principais: pesquisa bibliográfica e empírica. A proposta se baseia em uma metodologia de tipo exploratória, voltada à compreensão das práticas comunicacionais no ambiente digital, especialmente no contexto jornalístico contemporâneo.

A pesquisa bibliográfica foi utilizada para fundamentar teoricamente a relação entre jornalismo, redes sociais e os impactos nas formas de produção. Foram consultados manuais de produção editorial, obras sobre jornalismo digital, guias de design, além de estudos recentes sobre inteligência artificial, redes de relacionamento e comunicação em rede. Destacam-se, entre as referências, os guias “Como Fazer um Filme em 39 Passos” de Edson Furmankiewicz, e “Pequeno Manual da Reportagem em Quadrinhos” de Augusto Paim, materiais de design editorial, que auxiliaram na concepção e estruturação visual do conteúdo.

A pesquisa empírica foi conduzida por meio de entrevistas individuais e semiestruturadas com três profissionais atuantes em áreas diretamente relacionadas ao tema. A metodologia utilizada foi baseada na escuta qualificada, sem aplicação de questionários previamente definidos, permitindo que as entrevistas seguissem um fluxo verbal livre, com foco nas vivências e experiências específicas de cada entrevistado. Essa escolha visou garantir autenticidade às falas e aprofundamento qualitativo nos temas abordados.

Os entrevistados foram selecionados intencionalmente por sua expertise e por representarem diferentes olhares sobre a atuação profissional nas redes sociais. Elton Sales, que atuou durante oito anos na Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Imperatriz, com ampla experiência em gestão de crises, especialmente no período pandêmico, o que trouxe ao projeto uma perspectiva sobre comunicação institucional em cenários adversos. Thiago Pestana, coordenador do curso de Direito da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) – campus Imperatriz, é referência na área jurídica, especialmente em temas como crimes cibernéticos e direitos civis, contribuindo para a abordagem ética e legal do conteúdo. Ellen Monteiro, jornalista e fundadora de uma agência de marketing, que compartilhou práticas sobre gestão de redes sociais e estratégias de conteúdo voltadas ao público atual.

Durante as entrevistas, foram realizadas análises sobre o tema e observação de métodos utilizados por profissionais da área de comunicação. O método envolveu também o uso de referências visuais, com especial atenção ao design editorial. O conteúdo textual foi produzido com base nas experiências acadêmicas e profissionais da autora, integrando conhecimentos adquiridos ao longo da graduação, em disciplinas como redação jornalística,

assessoria de comunicação, produção editorial e projetos de extensão. Destaca-se, nesse sentido, a influência do projeto LoveLabCom: Laboratório de Comunicação Visual e Edição Criativa, coordenado pela professora Yara Medeiros (UFMA), onde a autora teve contato com técnicas de colagem gráfica e linguagens visuais diversificadas.

A escolha do formato “pingue-pongue” para as entrevistas no e-book foi inspirada por memórias afetivas da autora, especialmente em livros religiosos da infância que utilizavam esse formato dialógico para apresentar diferentes visões temáticas. Já o uso de colagens visuais e elementos gráficos foi pensado para tornar o material mais acessível, criativo e envolvente ao público-alvo.

Toda a produção e diagramação do e-book foi realizada na plataforma Canva, uma ferramenta gratuita amplamente utilizada por profissionais da comunicação digital. A escolha dessa plataforma reflete a proposta do projeto: demonstrar que é possível, com recursos acessíveis, produzir materiais de qualidade e profissionais, valorizando a autonomia dos comunicadores no ambiente digital.

O cronograma de produção teve início no final de 2024, com a organização das referências, estruturação dos capítulos e definição da identidade visual. A diagramação passou por ajustes ao longo do processo, até a finalização do material apresentado neste trabalho. Assim, a metodologia adotada contempla, de forma integrada, teoria, prática, vivência e criatividade, alinhando-se ao propósito de contribuir com a formação de jornalistas e comunicadores no cenário digital.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Autores como Bauman (2001) ressaltam que vivemos em uma modernidade líquida, caracterizada pela fluidez das relações sociais, pela efemeridade dos vínculos e pela volatilidade dos sentidos produzidos coletivamente. Essa liquidez também atravessa a comunicação, que se torna mais fragmentada e sujeita a mudanças rápidas, demandando dos jornalistas uma postura adaptativa e criativa.

Marshall McLuhan (1964), quando afirmou que “o meio é a mensagem”, antecipou a centralidade que as tecnologias teriam na definição da forma e do conteúdo das interações humanas. Nas redes sociais, essa máxima se renova, pois as plataformas não são apenas canais de transmissão, mas ambientes que modelam percepções e práticas. Assim, a elaboração deste e-book buscou dialogar com essas reflexões, oferecendo orientações que reconhecem a natureza dinâmica e interativa da comunicação digital e o lugar do jornalista como mediador, produtor e participante ativo desse processo.

A esse respeito, fundamenta-se nas ideias de Manuel Castells (2009), para quem a sociedade contemporânea vive uma transição do modelo tradicional de comunicação de massa para o que ele denomina “autocomunicação de massas”, caracterizada pela descentralização da produção de conteúdos, possibilitada pelas tecnologias digitais e pela internet. Nesse cenário, o jornalista precisa não apenas compreender as plataformas, mas atuar de forma crítica e estratégica dentro delas.

O jornalismo passou por várias mudanças nos últimos anos. Com a queda crescente da circulação de impressos, o impacto deu-se diretamente nas redações, que também diminuíram. Com isso, grande parte dos profissionais acabaram migrando para áreas diversas da comunicação como publicidade e marketing, investindo nas mídias digitais. Jornalistas passaram a produzir conteúdo multimídia (texto, vídeo, áudio, infográficos) e atuar em múltiplas plataformas. O público deixou de ser apenas receptor e passou a comentar, compartilhar e até produzir conteúdo.

Hoje, parte da credibilidade da imprensa é questionada, com público consumindo conteúdo de influenciadores e redes sociais. Por outro lado, a criação de veículos digitais e independentes crescem, cobrindo pautas que nem sempre são vistas pela mídia tradicional. Nesse contexto, o presente manual didático é uma boa leitura para jornalistas. Segundo o “Guia de Boas Práticas Visuais para Jornalistas”, de Helena Carmona Gomes, o design não é apenas estética, mas sim uma forma de “embalar a informação” para que ela seja compreendida com mais facilidade.

3.1 Manual de redes sociais

Segundo o jornalista e escritor José Marques de Melo, o campo da comunicação é constituído por conjuntos processuais, entre eles a comunicação massiva, organizada em modalidades significativas, inclusive a comunicação periodística (jornal/revista). Esta é estruturada, por sua vez, em categorias funcionais, como é o caso do jornalismo, cujas unidades de mensagem se agrupam em classes, mais conhecidas como gêneros, extensão que se divide em outras, denominadas formatos (Marques de Melo, 2009, p. 35). Os manuais, por sua vez, constituem um gênero editorial caracterizado pela sistematização de informações e pelo propósito instrucional, voltado a orientar práticas e consolidar conhecimentos aplicáveis a contextos profissionais ou acadêmicos. Nesse contexto, o manual é um suporte que organiza e traduz saberes de modo acessível, a fim de promover ações e fomentar a autonomia do leitor na execução de atividades específicas. Essa natureza orientadora confere ao manual uma função que transcende a mera reunião de conteúdos: ele atua como ferramenta de mediação entre o conhecimento teórico e sua aplicação prática.

Na área da comunicação, a elaboração de manuais voltados ao jornalismo digital e ao uso de redes sociais torna-se especialmente relevante. Como destaca Recuero (2009), as plataformas digitais instauram novas lógicas de produção, circulação e recepção das informações, exigindo do profissional não apenas atualização técnica constante, mas também competências críticas e éticas. Dessa forma, materiais de referência que sistematizam procedimentos, apresentam exemplos e orientam o uso consciente das tecnologias contribuem diretamente para qualificar a atuação jornalística. Manuais de redação ou da redação, por exemplo, são clássicos no jornalismo. Destacam-se principalmente os Manuais da Redação da Folha de São Paulo e dos Diários Associados, presentes e reconhecidos no jornalismo tradicional.

Os manuais também se inserem no que Freire (1996) denomina como processos de “formação permanente”, já que atendem a necessidades formativas ao longo da vida profissional, permitindo ao indivíduo retomar conceitos, aprender novas abordagens e reconfigurar suas práticas. No caso específico do jornalismo, essa característica assume importância ainda maior na medida em que o campo se transforma rapidamente, impulsionado por inovações tecnológicas e mudanças nos modos de consumo de informação.

Além do caráter instrucional, esse formato também preza pela busca de clareza e objetividade, com organização textual e visual que facilitem o entendimento. No caso deste

trabalho, a opção pelo formato digital (e-book) e pela diagramação em plataforma gratuita também dialoga com a proposta de democratizar o acesso ao conhecimento e reafirmar a independência dos jornalistas na produção de materiais autorais.

A elaboração de um manual de redes sociais para jornalistas ao reunir informações contextuais e instrucionais, experiências profissionais e exemplos aplicados, responde não apenas a uma demanda prática do campo profissional, mas também à contribuição do compartilhamento de experiência entre comunicadores, especialmente quando vivemos na era da modernidade líquida (Bauman, 2001) e em uma sociedade conectada em rede (Castells, 2009).

4 ESTRUTURA DO PRODUTO

O material foi estruturado para facilitar o trabalho de quem precisa se adaptar ao digital, mantendo a responsabilidade com a informação e a criatividade. Iniciando pelo sumário, o leitor encontra o conteúdo dividido em três partes: tecnologia, conteúdo e segurança.

Cada parte conta com capítulos referentes ao tema e uma entrevista com profissionais da área. Na primeira seção, o capítulo “Jornalismo e comunicadores nas redes sociais” inicia o manual contextualizando a prática jornalística no cenário tecnológico atual. Em seguida, o leitor é apresentado às diversidades de canais e plataformas. Então, é introduzido o conteúdo sobre Inteligência Artificial (IA), no qual o leitor aprende mais sobre como usar essa ferramenta além da indicação de plataformas e como fazer. Para finalizar a primeira parte, é apresentada uma entrevista no formato pingue-pongue com Elton Sales, assessor, que reforça e acrescenta mais sobre o assunto apresentado no tópico.

Na segunda seção, intitulada “Conteúdo” é abordado o perfil independente e o passo a passo de como fazê-lo, desde a criação de um perfil até como produzir posts chamativos. Os demais capítulos desta seção abordam também a IA, geração de imagens e conclui seu raciocínio com a entrevista da jornalista e social media Ellen Monteiro.

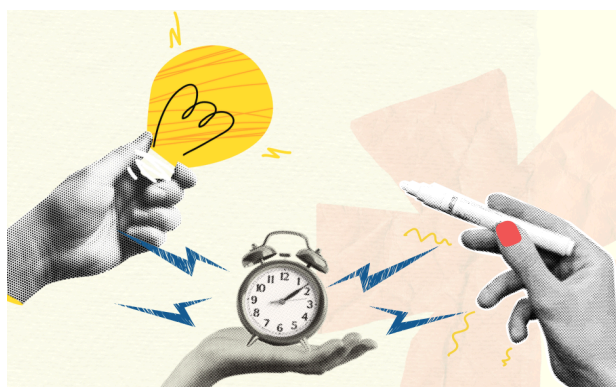
No tópico “Segurança”, os capítulos finais discorrem sobre checagem de dados, direitos e deveres on-line, tanto para jornalistas quanto para usuários, além de como lidar com *haters* e saúde mental. São abordados direitos básicos defendidos por lei, e para finalizar, uma entrevista com o coordenador do curso de Direito da UFMA Imperatriz, Thiago Pestana.

A proposta é tornar acessível o uso de plataformas, ferramentas, aplicativos e inteligências artificiais que, muitas vezes, estão ao alcance de todos, mas são pouco exploradas por falta de orientação prática. Além de indicar caminhos técnicos, o conteúdo também propõe reflexões sobre o uso ético e responsável dessas tecnologias no exercício do jornalismo, em especial na abordagem sobre geração de conteúdo por IA, sempre com prudência.

Embora tenha como foco jornalistas, o manual foi elaborado com base nas vivências e com a contribuição de atuantes de diversas áreas: jornalismo digital, assessoria, marketing, produção de conteúdo, edição e redes sociais. O manual se estrutura como um material de apoio contínuo. Pode ser lido do início ao fim ou consultado por partes, conforme a necessidade do leitor.

A identidade visual e a diagramação do e-book seguem uma proposta visual leve, com organização didática e acessível, desde a escolha das fontes e cores até a disposição dos blocos de texto, de forma a guiar a leitura e facilitar a consulta. O uso de colagens e elementos visuais contribuem para uma leitura mais confortável.

Figura 1 - Ícones



Fonte: reprodução

A estrutura do manual foi organizada com atenção especial à experiência do leitor. Por se tratar de um produto totalmente on-line, o formato precisou ser sistematicamente analisado para garantir conforto na leitura em diferentes dispositivos, como celulares, tablets e computadores. O objetivo principal foi tornar o conteúdo acessível e agradável.

Figura 2 - Layout do ebook



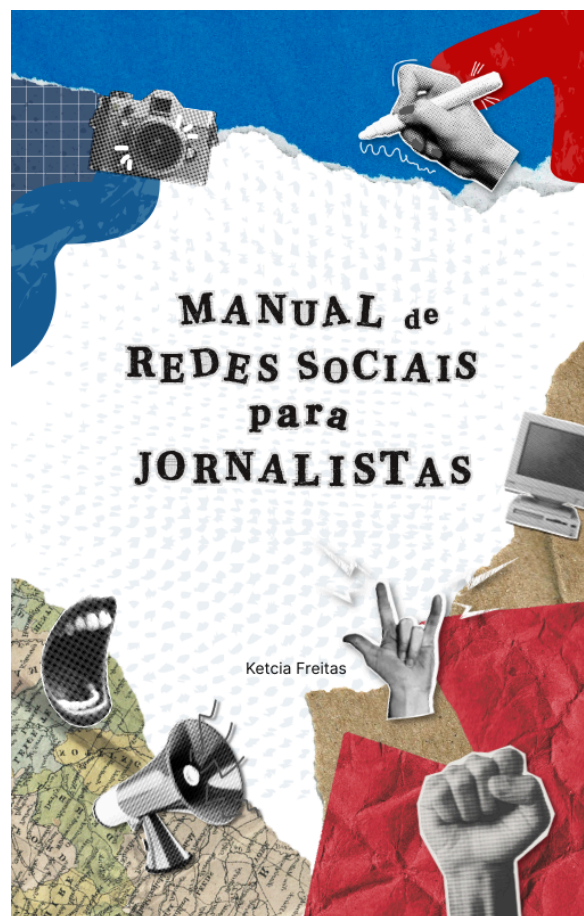
Fonte: reprodução

Inicialmente, cogitou-se a elaboração de um material com texto corrido e formato mais tradicional, semelhante a artigos acadêmicos ou textos on-line. No entanto, durante a fase de testes e protótipos, o formato de e-book com ilustrações foi mais chamativo. A rolagem horizontal e a quebra por páginas permitiram maior controle visual dos elementos, e também reforçaram a estética editorial do projeto.

A escolha final pelo formato 2480 x 3508 pixels seguiu a lógica das mídias digitais, garantindo compatibilidade com as plataformas mais comuns de visualização e leitura.

Para contribuir com a fluidez da leitura, o corpo do texto conta com fonte sem serifa, garantindo uma leitura limpa, e, se necessário, podendo ser feito o uso do zoom. Os títulos de cada capítulo foram compostos com a fonte *League Spartan*, que oferece presença visual forte, mas moderna e amigável. Já o corpo do texto foi diagramado com a fonte *Canva Sans* no tamanho 10, priorizando clareza e equilíbrio entre densidade e respiro. Na capa, foi utilizada uma composição com colagem e tipografia em destaque, dando personalidade ao projeto.

Figura 3 - Layout da capa



Fonte: reprodução

A seleção de imagens e elementos visuais acompanhou a proposta de dinamismo e leveza do manual. Foram feitas “colagens” a partir do banco de imagens do Canva, plataforma na qual o produto foi desenvolvido. Além disso, foram incluídos no material imagens geradas por Inteligência Artificial, com identificação, e criação de *prompts* (comandos), para exemplificar essa forma de produção automatizada. Ambos foram feitos através do *Chat GPT*.

Figura 4 - Geração de imagem com Inteligência Artificial



Fonte: reprodução

Figura 5 - Comandos criados com Inteligência Artificial



Fonte: reprodução

A estética visual foi sendo construída à medida que os capítulos ganhavam forma, respeitando a coerência entre conteúdo e linguagem visual. O manual segue blocos temáticos independentes que podem ser lidos em sequência ou consultados de forma isolada conforme a necessidade do leitor. Essa organização flexível atende à proposta de praticidade e funcionalidade do produto, além de respeitar o comportamento de navegação comum no ambiente digital, no qual a busca por informações específicas muitas vezes se sobrepõe à leitura linear. Cada seção de capítulos conta com uma cor primária diferente da paleta de

cores, para facilitar a determinação de cada conteúdo. Ao todo, são 9 capítulos, 3 entrevistas e 45 páginas totais.

Figura 6 - Layout do sumário

SUMÁRIO TECNOLOGIA 1. Jornalistas e comunicadores nas redes sociais 2. Diversidade de canais 3. Inteligência Artificial + Entrevista Especial (Elton Sales, assessor de comunicação) CONTEÚDO 4. Perfil independente 5. Como fazer publicações chamativas 6. Fotografia e IA + Entrevista Especial (Ellen Monteiro, jornalista e social media) SEGURANÇA 7. Checagem (fact-checking) 8. Haters e discurso de ódio 9. Saúde mental + Entrevista Especial (Thiago Pestana, professor de Direito) 4	TECNOLOGIA 
---	---

Fonte: reprodução

Figura 7 - Layout de capítulos

Além disso, entender como a IA funciona também fortalece o jornalismo contra a desinformação, já que a desinformação também é impulsionada por sistemas automatizados. É interessante que você experimente, questione e adapte as ferramentas de inteligência artificial ao seu estilo de trabalho. Não se trata de renunciar ao olhar humano, mas de ampliá-lo com mais recursos. Afinal, mais do que nunca, quem informa precisa também saber inovar. O segredo está em integrar essas ferramentas de maneira estratégica, mantendo o olhar humano, ético e criativo que só o comunicador tem. DICAS DE COMO INTEGRAR A IA NO SEU TRABALHO IA COMO REDATOR E BRAINSTORMING Use a IA para gerar esboços de textos, criar e/ou melhorar roteiros, títulos otimizados ou revisar conteúdos. Também pode ser excelente para brainstorming* de pautas e ganchos de postagens. Com o comando certo, você consegue desde sugestões até planejamento de séries de conteúdos. LEITURA E ANÁLISE DE ALGORITMOS As redes sociais funcionam com algoritmos que determinam o que será mais entregue. Compreender esses padrões, usar IA para acompanhar tendências e palavras-chave, pode ajudar a melhorar sua produção de conteúdo para alcançar mais pessoas e com a abordagem mais chamativa. ESTRATÉGIAS AUTOMATIZADAS DE ENGAJAMENTO	EXPERIÊNCIAS E SIMULAÇÕES ON-LINE Simule entrevistas, testes de público ou previsões de performance usando IA. Ferramentas como ChatGPT, Lúzia e Perplexity podem auxiliar na criação de personas e ajudar no desenvolvimento do público-alvo. OTIMIZAÇÃO DE CONTEÚDO MULTIPLATAFORMA A IA pode adaptar um mesmo conteúdo para diferentes plataformas. Um post que vai para o Instagram pode virar um vídeo curto para o TikTok, uma thread para o X (Twitter), ou um resumo para o LinkedIn. Agora que já sabemos formas de incluir a IA na otimização do seu trabalho, vamos aprender a fazer os comandos. COMO CRIAR BONS PROMPTS PARA IA Para saber se comunicar com a IA é preciso fazer perguntas claras, específicas e contextualizadas, isso é o que chamamos de “prompt”. Um bom prompt deve conter: O QUE VOCÊ QUER (ex: um título, um roteiro, uma ideia) PARA QUAL FINALIDADE (ex: post no Instagram, matéria jornalística, vídeo curto) COM QUAL TOM (ex: informal, didático, técnico) COM QUAL PÚBLICO-ALVO 
---	---

Fonte: reprodução

Vale destacar também que todas as decisões de estrutura e diagramação foram montadas para valorizar a experiência do usuário sem comprometer o conteúdo. A escolha pelo formato digital, o uso de ferramentas acessíveis, a seleção de fontes e cores, bem como a construção estética capítulo a capítulo, refletem não apenas um projeto gráfico, mas uma proposta editorial que reafirma a ideia de que o jornalismo pode - e deve - dialogar com os formatos contemporâneos de forma criativa e funcional.

As cores escolhidas como base para o manual foram formuladas para gerar contraste, identidade visual e evocar dinamismo. As cores base são vermelho (#c20606), azul escuro (#155c94) e amarelo (#ffcc00), presentes na capa, destaques, títulos e molduras, criando uma identidade marcante e coerente com o tema central da obra: o jornalismo nas redes sociais.

Figura 8 - Paleta de Cores



Fonte: reprodução

Cada seção do manual foi elaborada com margens amplas, espaçamento entre blocos e destaque visual para citações e exemplos. O uso pontual de ícones e boxes também contribuiu para a divisão do conteúdo, facilitando a navegação e a assimilação das informações, especialmente em tópicos mais técnicos como o uso de ferramentas e plataformas digitais.

Figura 9 - Boxes

OPÇÕES DE PLATAFORMAS PARA GERAÇÃO DE IMAGENS (GRATUITAS):

CHAT GPT (Disponível on-line)
Permite gerar imagens com comandos simples em português.

LEONARDO AI (Disponível on-line)
Focado em criação visual e tem planos gratuitos limitados.

META AI (Disponível on-line e no Whatsapp)
No WhatsApp, basta mencionar @Meta IA e fazer sua solicitação. Ou acessar o site.

Fonte: reprodução

Figura 10 - Layout entrevistas



ENTREVISTA

Elton Sales

Formado em Marketing pela Universidade Metodista de São Paulo, Elton foi Superintendente de Comunicação e Marketing na Prefeitura de Imperatriz (MA) por oito anos e compartilha experiências de planejamento on-line.

Quais ferramentas ou estratégias considera indispensáveis para criar conteúdos eficazes e atrativos?

Acompanhamento de tendências é essencial para garantir relevância, utilizar ferramentas como Google Trends, BuzzSumo e Hootsuite. Aplicativos como Canva, Adobe Premiere Rush e InShot são úteis para criar conteúdos visuais e dinâmicos. O uso de bancos de imagens, como Unsplash e Pexels, aliado a banco de imagens locais, ajuda a contextualizar a mensagem. Além disso, uma comunicação integrada entre equipes, por meio de plataformas como Trello ou Slack, é crucial para manter consistência e eficiência.

Como lidar com crises on-line, especialmente quando há um alto volume

de críticas ou informações falsas?

A resposta rápida e transparente é o primeiro passo. Durante crises (como na pandemia de COVID), é importante criar comunicados oficiais claros e consistentes, preparados previamente com diretrizes específicas.

“O combate a fake news pode ser reforçado por parcerias com influenciadores ou especialistas que validem informações.”

Demonstrar empatia nas respostas e oferecer soluções práticas ajuda a minimizar impactos negativos e reconquistar a confiança do público.

Em que momento é mais vantajoso responder críticas publicamente, e quando é melhor manter o silêncio?

Responda publicamente quando a crítica alcançar grande repercussão ou afetar diretamente a reputação da marca.

“Nesse caso, a resposta deve ser clara, transparente e resolutiva.”

No entanto, críticas infundadas ou que busquem apenas provocar podem ser ignoradas para evitar dar visibilidade a questões irrelevantes.

Quais métricas você considera mais importantes para avaliar o sucesso de uma estratégia de comunicação nas redes sociais?

Além de métricas tradicionais, como engajamento e alcance, o feedback qualitativo do público é fundamental. Comentários positivos, clareza na mensagem e replicação de conteúdo por outros perfis indicam que a

campanha foi bem-sucedida. Analisar o impacto real nas percepções do público também é essencial.

Como você vê o impacto da inteligência artificial na criação e gestão de conteúdos para redes sociais?

A IA trouxe produtividade e automação, permitindo a criação de ideias e a personalização de campanhas com maior rapidez. Ferramentas como ChatGPT e algoritmos de análise de dados oferecem conhecimentos valiosos.

“Porém, há o desafio de manter a autenticidade e evitar a padronização excessiva, preservando a criatividade humana e a experiência como diferencial.”

Um conselho para quem vai trabalhar com assessoria nas redes sociais?

Planejamento é a chave. Crie cronogramas antecipados para evitar imprevistos e manter a consistência.

18

19

Fonte: reprodução

4.1 Custos de execução

Não houve gastos diretos com a produção. Para a execução do projeto foram usados computador com internet, aplicativo de edição gratuito (Canva) e a produção e diagramação foram feitas inteiramente pela autora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, foi possível compreender que o jornalismo, por mais que se reinvente a cada avanço tecnológico, permanece ancorado em princípios fundamentais que lhe conferem relevância e legitimidade: a ética e o compromisso com a verdade. Ao propor este manual digital de redes sociais, o objetivo não é apenas sistematizar orientações técnicas, mas também contribuir para uma prática profissional consciente, capaz de unir dinamismo e credibilidade na construção de narrativas que dialoguem com a sociedade contemporânea.

O projeto nasceu da vivência prática e da percepção cotidiana de que o jornalismo exige dos profissionais múltiplas habilidades: criatividade, agilidade, domínio tecnológico e, sobretudo, responsabilidade. Em meio aos fluxos informacionais, o jornalista precisa estar preparado para atuar com discernimento, filtrando dados, verificando fatos e se posicionando de forma clara diante da infinidade de conteúdos que circulam nas plataformas digitais.

A diagramação, a escolha das cores, das fontes e das imagens, assim como o tom acessível dos textos, refletem a convicção de que a comunicação de qualidade deve ser ao mesmo tempo informativa e convidativa. Por isso, o manual valoriza a clareza e a objetividade, mas também a estética e o cuidado editorial, mostrando que a forma e o conteúdo podem caminhar juntos. Da concepção ao produto final, cada etapa foi produzida com o propósito de democratizar o acesso ao conhecimento e estimular o protagonismo de jornalistas e comunicadores que desejam produzir materiais autorais de maneira independente.

Portanto, este manual é mais do que um guia prático: ele representa um convite à reflexão e à ação. Refletir sobre o impacto das redes sociais no jornalismo, sobre os desafios de manter a credibilidade em meio à rapidez e à desinformação, sobre a necessidade de desenvolver novas competências sem perder de vista os valores que sustentam a profissão. E agir, buscando sempre aprimorar práticas, explorar novas linguagens e utilizar as tecnologias de forma crítica e criativa. Que este material possa inspirar, orientar e fortalecer aqueles que acreditam no poder transformador de uma comunicação responsável e adaptada ao nosso tempo, sem perder a humanidade.

6 REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CASTELLS, Manuel. **Communication power**. New York: Oxford University Press, 2009.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 31. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FENAJ. **GUIA BÁSICO PARA JORNALISTAS EM COBERTURA DE EVENTOS**

EXTREMOS: preservando a saúde física e mental em situações de intenso estresse.

Disponível em:

https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2024/06/GUIA-B%C3%81SICO-PARA-JORNALISTAS-EM-COBERTURA-DE-EVENTOS-EXTREMOS_JUN24.pdf. Acesso em: 17 jul. 2025.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1969.

MELO, José Marques de. **Jornalismo**: compreensão e reinvenção. São Paulo: Paulus, 2009.

RECUERO, Raquel. **Deu no Twitter, alguém confirma? Funções do jornalismo na era das redes sociais**. Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, v. 9, 2011.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA E SOCIEDADE – ITS RIO. **Está tudo bem? Guia sobre saúde mental de jornalistas**. Rio de Janeiro: ITS Rio, 2022. Disponível em:

<https://itsrio.org/wp-content/uploads/2022/05/Guia-Basico-de-Saude-Mental-para-Jornalistas>.

Acesso em: 16 jul. 2025.

DESIGN PARA JORNALISTAS. **Design para jornalistas: um guia de boas práticas**

visuais. Disponível em: <https://www.designparajornalistas.com/>. Acesso em: 16 jul. 2025.