Anais de Resumos Expandidos
VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 6 (2024)

Os stories como estratégia de vínculo com o leitor: um estudo dos principais jornais mineiros[1]
Stories as a strategy for bonding with the reader: a study of the main newspapers in Minas Gerais

Carlos Renan Samuel Sanchotene

Palavras-chave: Instagram; jornalismo; stories.

1. Contrato e vínculo com o leitor

A especificidade do ofício jornalístico vem sendo redesenhada em função dos processos de midiatização na contemporaneidade (Hjarvard, 2012). Nesse contexto, o jornalismo é afetado pelo imediatismo e pela lógica interacional das mídias digitais, levando-os a construir e ofertar estratégias de contato com seus leitores. A midiatização do jornalismo em redes digitais fez com que periódicos expandissem seus esforços em construir um contrato de leitura (Verón, 2004) para sustentar o vínculo com seu público.

Mouillaud (2002) aponta para o fato de que o dispositivo não comanda apenas a ordem dos enunciados, mas também a postura do leitor. Além disso, pode ser entendido como um lugar de inscrição do texto que "tem uma forma que é sua especificidade, em particular, um modo de estruturação do espaço e do tempo" (Mouillaud, 2002, p.35).

Com relação ao jornalismo, Fausto Neto (2008), reflete sobre os aspectos da midiatização sobre o próprio campo das mídias tendo como fundamento a análise dos

[1] Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS.

próprios discursos jornalísticos. Para o autor, a analítica da prática jornalística apresenta-se principalmente sob quatro aspectos. O primeiro diz respeito às transformações da topografia jornalística como espaço organizador de contato se refere à atividade crescente do jornalismo em falar sobre seus ambientes e seus profissionais. O segundo aspecto trata-se da autorreferencialidade do processo produtivo. O terceiro refere-se a "autoreflexividade posta em ato". O quarto aspecto diz respeito as "estratégias de protagonização do leitor", cuja lógica dominante prevê uma espécie de diluição entre as fronteiras entre produtores e receptores, e mesmo de "zonas de pregnâncias" que os aproximaria, na medida em que os receptores são crescentemente instalados no interior do sistema produtivo, enquanto co-operadores de enunciação.

Nesse sentido, acreditamos que as tecnologias convertidas em meios de comunicação podem ser consideradas a instância explicativa deste fenômeno, uma vez que o desenvolvimento do jornalismo digital possibilitou ferramentas para esta aproximação. Além disso, novos dispositivos como os stories do Instagram rearticularam lógicas, processos, produtos e metodologias de produção de mensagens.

2. Metodologia

Os stories são uma ferramenta de armazenamento temporário onde imagens e vídeos permanecem por 24 horas disponíveis para a visualização de seguidores de um perfil no Instagram. O Snapchat, que surgiu em 2011, é o aplicativo pioneiro na publicação dessa ferramenta que foi incluída na rede social em 2013 (Alves, 2018). Em 2016 a funcionalidade stories é lançada no Instagram. No campo do jornalismo, Alves (2018) problematiza que a notícia é compreendida como algo efêmero, e a internet potencializa a memória do jornalismo. Assim, a efemeridade e a memória caminharam juntas, mesmo que tensionadas. "Apesar de o conteúdo jornalístico ter caráter passageiro, transitório e durável, através da memória, o mesmo conteúdo é eternizado para que o público tenha acesso sempre quando for necessário" (Alves, 2018, p.82).

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 6 (2024)

Contudo, o autor explica que aplicativos de mídias sociais de imagens instantâneas surgem com uma proposta que tende a quebrar o paradigma das relações de temporalidade e memória no jornalismo, quando apropriados por esse. Tais aplicativos intensificam o caráter efêmero de seu conteúdo e excluem, quase que completamente, a memória, uma das principais características da mídia digital. Por conta dessas características, são também conceituadas como mídias sociais efêmeras.

Assim, apresentamos algumas estratégias desenvolvidas nos stories do Instagram dos principais jornais do Estado de Minas Gerais. Foram considerados os jornais com maiores números de seguidores de cada região mineira: Jornal Estado de Minas (capital), Jornal Agora (região oeste), Jornal O Norte de Minas (região norte), Jornal Diário de Uberlândia (Triângulo mineiro), Jornal Diário do Rio Doce (Vale do Rio Doce) e Jornal Tribuna de Minas (Zona da Mata). Os exemplos trazidos na análise foram coletados ao longo de 1 mês, do dia 15 de maio a 15 de junho de 2023.

3. Estratégias nos stories dos jornais mineiros

3.1 Atorização do jornalista

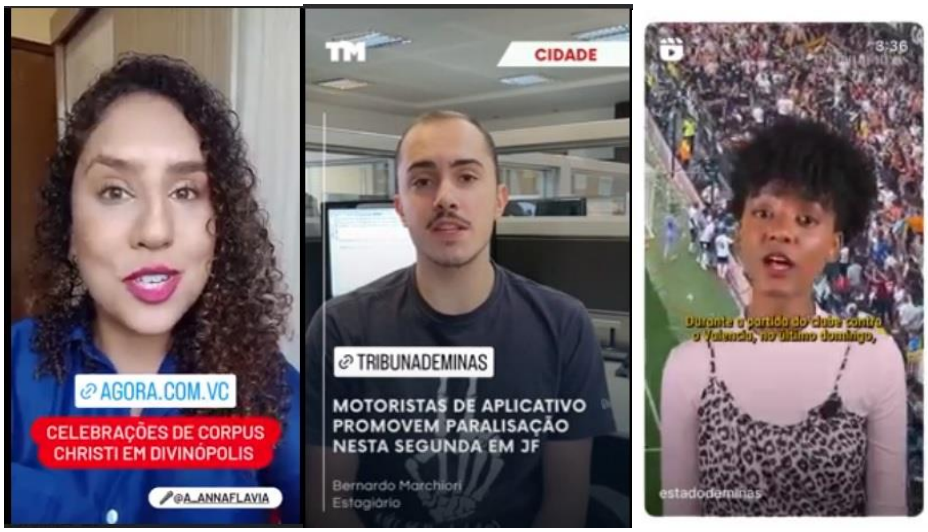
Na figura 1, a seguir, mostramos três exemplos de como ocorre a atorização do jornalista. O primeiro mostra a jornalista do jornal Agora (08/06/2023), explicando sobre as celebrações de Corpus Christi na cidade de Divinópolis. Outro exemplo, trata-se de um estagiário do jornal Tribuna de Minas (15/05/2023), narrando sobre paralisação de motoristas de aplicativo em Juiz de Fora. O terceiro exemplo foi postado pelo jornal Estado de Minas (27/05/2023), e a jornalista comenta sobre a violência nos estádios de futebol.

O jornal Agora apresenta um link que direciona o leitor para uma notícia no jornal digital e, em seguida, marca o perfil da jornalista. Assim, há um protagonismo da profissional que tem sua rede social divulgada junto aos leitores. Em Tribuna de Minas também há um link que direciona o leitor para o site do veículo. Já em Estado de Minas,

Anais de Resumos Expandidos
VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 6 (2024)

não há links direcionado o leitor para o site ou para o perfil na rede social da jornalista, contudo o veículo privilegia o vídeo com audiodescrição para pessoas com deficiência.

Figura 1 - Atorização do jornalista



Fonte: Stories dos jornais Agora, Tribuna de Minas e Estado de Minas

Um dos efeitos gerados pelo processo de midiatização de campos e atores sociais, impulsionados por novas condições de circulação de discursos (Fausto Neto, 2010) transforma o trabalho de mediação jornalística para o de *atorização do jornalista.* Trata-se de uma lógica que aponta a performance do ator, emergindo uma autoria desnuda de procedimentos da cultura jornalística, ou seja, o exercício jornalístico passa a repousar no relato de sensações pessoais.

3.2 Encadeamento midiático

Segundo Jenkins (2008), a convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. Nesse sentido, destacamos uma operação, o *encadeamento midiático* como uma das características presentes nos stories. A figura 2, a seguir, mostra dois exemplos do jornal Diário do Rio Doce. À esquerda, observamos que os stories da notícia publicada no dia 01 de junho de 2023 são

Anais de Resumos Expandidos
VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 6 (2024)

acompanhados de outros dispositivos do mesmo veículo. Ou seja, o jornal direciona o leitor para outras redes sociais como Facebook, Instagram e TikTok. À direita, os stories do dia 02 de junho de 2023, mostra os bastidores do telejornal Balanço Geral exibido pela TV Leste, afiliada da Record TV. Ou seja, mídia impressa e mídia televisiva fazem parte do Sistema Leste de Comunicação.

Figura 2 – Encadeamento midiático



Fonte: Stories do jornal Diário do Rio Doce

Percebemos, com isso, que o jornal utiliza os suportes técnicos discursivos para agregar e inter-relacionar conteúdos, dinamizando seus dispositivos de contato com o leitor, mas mantendo-os dentro do seu sistema. Tal reflexão denota os modos como a instituição jornalística dinamiza seu ambiente discursivo em processos de convergência, buscando não perder a fidelização com os leitores.

3.3 Autorreferencialidade

Anais de Resumos Expandidos
VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 6 (2024)

Destacamos a *autorreferencialidade* como um tipo de estratégia que constitui-se na produção de discursos autorreferenciais sobre o processo produtivo. Na figura 2, a seguir, trazemos exemplos do jornal Agora (08/06/2023) e do jornal Estado de Minas (24/05/2023). No jornal Agora os stories mostram os bastidores de uma entrevista realizada pela jornalista e no jornal Estado de Minas, um stories que comemora premiação internacional concedida ao veículo pela arte da capa do veículo impresso.

Figura 3 - Autorreferencialidade



Fonte: Stories dos jornais Agora e Estado de Minas

Os efeitos dessas operações visam destacar a existência do "jornalismo personagem", cuja chamada de atenção contempla sobre si mesmo, enfatizando apenas a enunciação nas quais se engendram suas performances (Fausto Neto, 2008). A autorreferencialidade também pode ser identificada quando a mídia passa a se referir às suas próprias operações.

Anais de Resumos Expandidos
VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 6 (2024)

3.4 Capas dos jornais

Tal estratégia não é utilizada com muita frequência e nem todos os veículos adotam tal recurso. Contudo, ilustramos, a seguir, alguns exemplos nos stories de Tribuna de Minas (09/06/2023) e O Norte de Minas (13/06/2023).

Figura 5 – Capas dos jornais



Fonte: Stories dos jornais Tribuna de Minas e O Norte de Minas

Os jornais, ao publicarem suas imagens de capa, convidam o leitor, chamando sua atenção para o conteúdo interno da publicação, ou seja, instiga o consumo. "A capa pode *mostrar* de um modo simultaneamente condensado e preciso a natureza do contrato" (Verón, 2004, p.221). Nesse sentido, ao publicar as imagens de capa, os leitores sentem-se atraídos para comprar o exemplar. Percebemos, nos stories, que não há nenhum tipo de link que direciona o leitor para o site, ou seja, apenas mostram suas

Anais de Resumos Expandidos
VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 6 (2024)

capas. O contrato poderia ser mais complexificado se houvessem outros recursos interativos.

3.5 Participação do leitor

Trata-se de um efeito desses processos de midiatização em que instituições jornalísticas estão, cada vez mais, dinamizando seus ambientes, se valendo de distintas estratégias de contato com o público, convocando-os a participar efetivamente da cena discursiva e deslocando-os para outros ambientes como uma de suas marcas mais destacadas. A figura 5, a seguir, mostra dois exemplos: nos stories do jornal Tribuna de Minas (15/06/2023), em que o veículo questiona o leitor sobre festa junina solidária em Juiz de Fora e nos stories de Diário de Uberaba (24/05/2023) em que o veículo busca relatos dos leitores sobre problemas enfrentados nos bairros. Assim, o leitor é convidado a participar enviando suas respostas por meio da caixa de perguntas.

Figura 5 – Participação do leitor



Fonte: Stories do jornal Tribuna de Minas e Diário de Uberlândia

Nos exemplos acima, observamos operações que convocam leitores a compartilhar com o jornal alguma informação. Como observa Fausto Neto (2008), há uma questão de fundo que não pode ser dissimulada e que, de alguma forma representa, o lado mercadológico dessas estratégias, e que diz respeito ao impasse apresentado pelo próprio modelo comunicacional. A mudança do contrato, com a inclusão do leitor no âmbito do próprio dispositivo, significa que ele passa a se constituir num cogestor de operações de sentido, na medida em que passa a jogar o jogo ofertado cujas regras não podem ser desprendidas.

4. Considerações

É importante analisar os jornais nesse cenário efervescente das redes sociais, pois em um universo noticioso em que a oferta é quase a mesma, as estratégias enunciativas é que vão construir a personalidade de cada periódico de modo a construir um vínculo com seu leitorado. Por outro lado, observamos mudanças nas relações entre produtores e leitores, visto que as interações entre eles estariam sendo submetidas a uma diluição de fronteiras, ou seja, cada vez mais os leitores estariam sendo convidados a estar no interior do sistema produtivo, coparticipando, de alguma maneira, dos discursos jornalísticos.

Através da análise percebemos que os meios jornalísticos se adaptam às lógicas dos dispositivos e das demandas sociais instaurando protocolos e táticas de contato. Por meio disso, verificamos distintas formas utilizadas pelas organizações jornalísticas para evitar que o seu leitor se perca em "pontos de fuga" (Fausto Neto, 2008). Com o objetivo de que o público se identifique com eles, buscam criar experiências que transcedem o consumo de notícias e informação; por exemplo, ao solicitarem sua participação. Desse modo, visam atrair e manter a audiência, gerando um sentimento de

coprodução e cumplicidade e, também, incentivos à criação de comunidades de leitores, fãs, objetivando uma ligação de pertencimento e identidade.

Referências

ALVES, Yago Modesto. **Jornalismo em mídias sociais de imagens instantâneas:** as narrativas jornalísticas em formato de stories no Snapchat e Instagram. 2018. 167 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2018.

FAUSTO NETO, Antônio. **A circulação além das bordas**. In: Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos entre Brasil e Argentina. Rosário, 2010.

___. **Fragmentos de uma "analítica" da midiatização**. Revista Matrizes, v. 1, p. 89-105, 2008.

HJARVARD, Stig. **Midiatização**: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: Matrizes, ano 5, n. 2, jan/jun., 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução: Suzana Alexandria. São Paulo, Aleph, 2008.

MOUILLAUD, Maurice; Porto, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal:** da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 2002.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.