

A RELAÇÃO ENTRE JORNALISTAS E DISPOSITIVOS MÓVEIS: UMA ANÁLISE INDICIÁRIA DOS CONTEÚDOS PRODUZIDOS POR GUGA CHACRA, MARIA BELTRÃO E ANDRÉIA SADI NOS STORIES DO INSTAGRAM

Marcio Morrison Kaviski Marcellino¹

Resumo:

buscou-se compreender a relação entre jornalistas e dispositivos móveis e o que emerge desse elo no contexto da midiática. Para tanto foram realizadas análises dos stories produzidos por três jornalistas: Guga Chacra, Maria Beltrão e Andréia Sadi. A escolha dos stories se dá pela relação direta da narrativa com os dispositivos, como os smartphones, por exemplo. Os conteúdos foram observados por um período de sete dias consecutivos por meio da rede social Instagram. A análise se deu com base teórica do paradigma indiciário (Carlo Ginzburg e José Luiz Braga).

Palavras-chave: jornalismo; midiática; dispositivos móveis; Instagram.

THE RELATIONSHIP BETWEEN JOURNALISTS AND MOBILE DEVICES: AN ANALYSIS OF THE CONTENTS PRODUCED BY GUGA CHACRA, MARIA BELTRÃO AND ANDRÉIA SADI IN INSTAGRAM STORIES

Abstract

we sought to understand the relationship between journalists and mobile devices and what emerges from this link in the context of media coverage. For this, the study includes analyses of the stories produced by three journalists: Guga Chacra, Maria Beltrão and Andréia Sadi. The choice of stories is due to the direct relationship of the narrative with the devices, such as smartphones, for example. The contents were observed for a period of seven consecutive days through the social network Instagram. The analysis took place on the theoretical basis of the indiciary paradigm (Carlo Ginzburg and José Luiz Braga).

Keywords: journalism; media; mobile devices; Instagram.

INTRODUÇÃO – UM PEQUENO CONTEXTO DA PESQUISA

O presente artigo é fruto de uma observação empírica de compreensão entre as relações entre jornalistas e dispositivos móveis nas redações jornalísticas no contexto da midiática. Buscou-se investigar que movimentos emergem dos elos entre os profissionais de comunicação e seus aparatos tecnológicos em um contexto midiaticizado.

Inicialmente o processo de análise empírica seria realizado com observações participantes nas redações de jornais² em Curitiba (PR) e entrevistas em profundidade para complementar as informações necessárias. Com o advento da pandemia, decisões tiveram que ser tomadas para que a investigação não estagnasse. A primeira delas foi a realização de entrevistas com jornalistas de diversas redações da capital paranaense. O resulta-

do dessas entrevistas resultou no artigo 'A relação entre jornalistas e dispositivos móveis nas redações de portais on-line em Curitiba-PR no contexto da midiática' (MARCELLINO; ROSA, 2020).

Nesse primeiro movimento foi possível observar que os dispositivos móveis são parte importante no processo de produção de notícias e que a circulação de sentidos está presente no ato de fazer jornalismo – a relação com o polo da sociedade aparece na apuração da notícia, nas abordagens nas redes sociais e no contato com a fonte, por exemplo. Mesmo com o primeiro movimento de análise dos dados empíricos, ainda há a necessidade de compreender, com mais propriedade, o que emerge na relação entre dispositivos e jornalistas no contexto da midiática.

Nesse sentido, em um segundo movimento empírico, busca-se, com este artigo, compreender mais das relações entre jornalistas e dispositivos móveis. Para tanto, pensando em uma narrativa que seja construída por profissionais da comunicação a partir de aparelhos portáteis, o objeto empírico para esta análise são os stories do Instagram de três jornalistas da GloboNews com funções editoriais distintas: Guga Chacra (comentarista), Maria Beltrão (apresentadora) e Andréia Sadi (repórter). Foram coletados stories de cinco dias consecutivos dos três jornalistas. Para a análise foram feitas inferências sobre os conteúdos selecionados. A descrição dos observáveis se encontra mais adiante neste texto.

O CONTEXTO DO JORNALISMO MIDIATIZADO

Buscou-se compreender que elementos emergem da relação entre os jornalistas e os dispositivos móveis no contexto da midiática, principalmente na produção de conteúdo a partir de dispositivos móveis. Desta forma, é necessário compreender o jornalismo como uma instituição em um ambiente midiaticizado em que as práticas e os processos sociais são alterados.

Fausto Neto (2009) aponta que os efeitos da midiática reverberam nas instituições e na sociedade, convertendo esses atores em personagens de um sistema de codificação da realidade. Ainda segundo o autor,

Tal problemática por nós compreendida pela midiática crescente das práticas sociais, afeta a cultura jornalística, o modo de ser de sua 'comunidade interpretativa'; reformula o status da notícia. Põe em discussão a essência da pedagogia mediadora do trabalho do jornalista, repercute sobre sua identidade. Além disso, atribui às fontes e aos leitores novas tarefas de 'gestão discursiva' da atualidade, complexificando o trabalho de enunciação do acontecimento" (FAUSTO NETO, 2009, p. 19).

As alterações previstas pelo autor há mais de dez anos se confirmaram. O processo de produção jornalística envolve uma série de novas dinâmicas que vão da utilização de dispositivos tecnológicos ao manejo de dados algorítmicos e relações complexas com fontes de informação. Nesse complexo contexto midiático,

[...] o jornalista já não é mais soberano no trabalho de produção da notícia. Cria-se, assim um novo modelo de enunciação que escapa à edição do jornal. Fontes investem em operações e regras, pondo em xeque a regência unilateral do ato jornalístico de produção da realidade. (FAUSTO NETO, 2009, p. 20).

O processo de midiática produz reverberações nas relações e nos campos sociais. No jornalismo a relação com as fontes foi transformada graças à facilidade da circulação de informações em jogos complexos de significação de sentidos. Com um aparelho móvel um jornalista pode entrar em contato com diversas fontes, produzir conteúdos compartilhados, entrar ao vivo com informações de diversos lugares e, ao mesmo tempo, interagir com outros atores sociais. Fausto Neto (2009) observa essa mudança de paradigma no jornalismo,

[...] diferente do momento atual – onde as tecnologias permitem que fontes e jornalistas compartilhem de ferramentas dos mesmos processos de produção da notícia – há três anos, o dispositivo jornalístico detinha um outro tipo de relação com a fonte, através do controle das perguntas e do próprio processo da sua edição. (FAUSTO NETO, 2009, p. 20).

Como dito anteriormente, a relação entre jornalistas e os dispositivos tecnológicos impulsionou uma série de mudanças estruturais no contexto da midiática em que a ambiência é uma aliada na produção de novos sentidos. Porém, nesse novo contexto não são apenas as relações com as fontes que mudaram, mas também o próprio cenário das redações do jornalismo.

Krammer (2013), em uma análise sobre o jornalismo contemporâneo e as construções para a web, aponta, além da relação com as fontes, o processo de affordances³ como um indicativo da midiática da instituição jornalística. Para o autor

[...] essas affordances são, no entanto, apenas potencialidades como representam o que os jornalistas podem fazer, mas não são obrigados a fazer; só porque é algo possível, não é automaticamente desejável ou necessário. (KRAMMER, 2013, p. 7).

As affordances, portanto, podem ser vistas como parte de um ambiente que proporciona a relação entre os profissionais de comunicação e os dispositivos móveis. Nesse sentido,

a ambiência construída a partir da interação, da intuição e das possibilidades do ambiente gera um acionamento de processos midiáticos entre agentes e objetos.

PARADIGMA INDICIÁRIO COMO MOVIMENTO DE CONHECIMENTO

Ginzburg (1989) afirma, em sua obra *Mitos, emblemas, sinas: morfologia e história*, que, durante as décadas de 1870 e 1880, as ciências humanas desenvolveram um movimento inferencial de olhar sobre o objeto baseado na semiótica. O paradigma indiciário é inserido em contextos em que os pormenores, ou seja, os detalhes, muitas vezes imperceptíveis, descrevem fenômenos empíricos relevantes.

Nesse sentido, José Luiz Braga discute o paradigma indiciário como parte de um modelo epistemológico que permite ampliar as discussões dentro do campo da Comunicação. Segundo o autor, esse paradigma deve ser visto

Com uma dupla preocupação, de construção do campo comunicacional por desentranhamento de seu objeto, diretamente no âmbito da sociedade, e de busca de espaço no qual se desenvolvam articulações entre realidades específicas e geração teórica, os estudos de caso e o paradigma indiciário de Carlo Ginzburg parecem compor um modelo epistemológico bem ajustado a necessidades da área. (BRAGA, 2008, p. 75).

Mas, afinal, o que compõe o paradigma indiciário? De acordo com Ginzburg (1989, p. 177), “Se a realidade é opaca, existem zonas privilegiadas – sinais, indícios – que permitem decifrá-la”. Ou seja, o indiciário é um processo de seleção e observação de pormenores do objeto.

Braga (2008) aponta que a base do paradigma não é apenas observar os objetos empíricos descritos nas pesquisas, mas organizar e tecer inferências sobre esses objetos. “O indiciário não corresponde a privilegiar exclusivamente o empírico. A base do paradigma não é colher e descrever indícios – mas selecionar e organizar para fazer inferências” (BRAGA, 2008, p. 78).

Ou seja, para o autor, a inferência vai além da descrição simples e prática do objeto. Ela é um processo de operação e seleção de pesquisa, um movimento de conhecimento do observável. Partindo disso, Braga (2008) afirma que o mesmo indício pode ter significados interpretativos distintos. Isso ocorre pelo olhar do pesquisador sobre o objeto.

Dado o exposto, o paradigma indiciário se mostra uma forma interessante de observar o objeto de estudo do estudo que origina este artigo. Os *stories* são narrativas, em forma de fotografia ou vídeo, que desaparecem em 24 horas. Ou seja, é necessária uma seleção primorosa sobre os conteúdos disponíveis. Antes de compreender o que emerge da relação entre jornalistas e dispositivos nessas narrativas, descreve-se um pequeno histórico sobre os observáveis.

UM BREVE HISTÓRICO DOS OBSERVÁVEIS

Para entender o que emerge das relações entre jornalistas e dispositivos móveis nas redações foram selecionados três profissionais distintos com funções diferentes – repórter, comentarista e apresentador. Entende-se que a busca por essas três funções distintas pode abranger uma quantidade maior de narrativas. O primeiro perfil analisado foi o da jornalista Andréia Sadi. Em sua conta no Instagram a jornalista possui 346 mil seguidores, 1.008 publicações (sendo vídeos ou fotos em sua linha do tempo) e segue 1.799 pessoas⁴. A repórter se apresenta como jornalista dos canais Globo (incluindo a rede nacional, o site G1 e a Globo News) e da rádio CBN. Além disso, cita outra rede social sua: o Twitter (FIGURA 1).

Durante o período analisado a jornalista publicou um total de 58 *stories*. Dentre eles, 43 foram em formato de vídeo e 15 em forma de fotografias. Foi possível observar ainda que 31 deles se enquadravam como uma interação entre a jornalista e atores de outras contas e apenas três mostravam bastidores da redação jornalística.

Figura 1 - Perfil da jornalista Andreia Sadi no Instagram

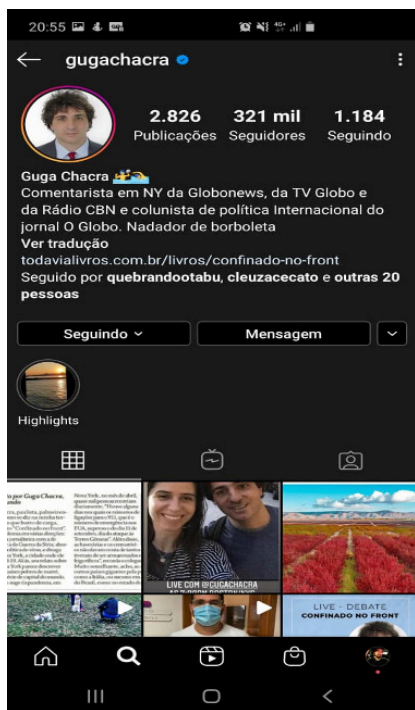


Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/sadiandrea/> (2020).

O segundo perfil descrito é o do jornalista Guga Chacra. Em seu Instagram ele possui 321 mil seguidores, 2.826 publicações na linha do tempo (sendo vídeos ou fotografias) e segue 1.184 usuários. Em sua bio Chacra se define como comentarista em Nova York da Globo News, Rede Globo, e da rádio CBN. No seu perfil também há um *link* que direciona para a compra do seu novo livro ‘Confinado no front: notas sobre a nova geopolítica mundial’ (FIGURA 2).

Durante o período analisado, Guga Chacra publicou oito *stories* em sua conta. Todos foram em formato de fotografias e seis deles eram interações com outras contas do Instagram.

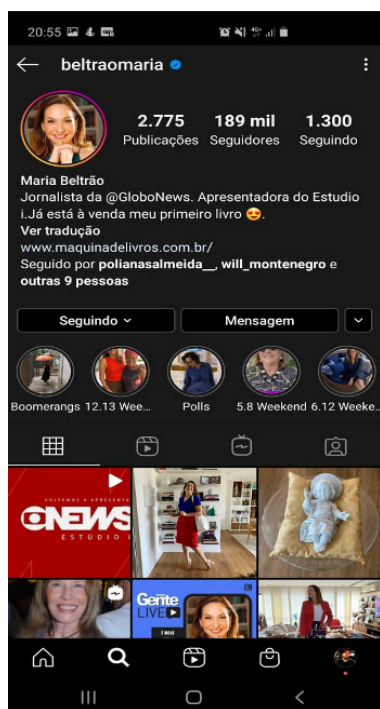
Figura 2 - Perfil do jornalista Guga Chacra no Instagram



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/gugachacra/> (2020).

O terceiro perfil que forma o corpus de análise deste trabalho é o da jornalista e apresentadora Maria Beltrão. Em sua bio consta a informação de que ela trabalha na Globo News e é apresentadora do Estúdio i (telejornal da casa). Além disso, ainda está presente um *link* que direciona para a compra do seu primeiro livro (FIGURA 3).

Figura 3 - Perfil da apresentadora Maria Beltrão no Instagram



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/beltraomaria/> (2020).

No decorrer da análise a jornalista postou 32 *stories* em seu perfil na rede social. Houve uma predominância de fotografias, com 19 publicações, enquanto em 14 vezes o vídeo

apareceu como recurso de postagem. Neste universo, Maria Beltrão mostrou os bastidores da redação 16 vezes e interagiu 14 vezes com outras contas da rede social.

O QUE EMERGE DAS RELAÇÕES ENTRE JORNALISTAS E DISPOSITIVOS MÓVEIS NOS STORIES? INDÍCIOS DE UMA OBSERVAÇÃO INFERENCIAL DOS EMPÍRICOS

Ao todo foram analisados 98 *stories* dos três jornalistas (Maria Beltrão, Andréia Sadi e Guga Chacra). Observou-se uma predominância narrativa da fotografia, em detrimento do vídeo, como forma de expressão e comunicação pela rede social Instagram.

A interação se mostrou a grande narrativa emergente dos *stories* analisados para este trabalho. No perfil da Andréia Sadi, por exemplo, houve 31 *reposts* de outros perfis em sua página. Maria Beltrão também interagiu e repostou 14 *stories* de outros internautas. Enquanto quase a totalidade das postagens de Guga Chacra foram *reposts* de outros usuários. Porém, há algumas particularidades nessas interações.

Maria Beltrão e Andréia Sadi possuem fãs que interagem com uma maior frequência. Beltrão, por exemplo, denomina seus seguidores mais ativos de 'as gralhas' e ainda sugere que a página de seu fã clube seja seguida. No mesmo movimento, Andréia Sadi posta regularmente o conteúdo de seu fã clube nas redes sociais. Estas informações podem ser vistas no *prints* que seguem nas Figuras 4 e 5.

Figura 4 - Andréia Sadi aciona o perfil de seus fãs



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/sadiandrea> (2020).

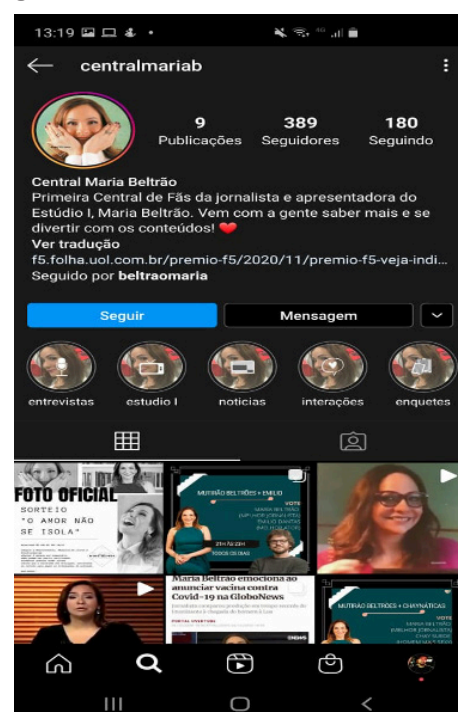
Figura 5 - Maria Beltrão aciona o perfil de seus fãs



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/beltraomaria> (2020).

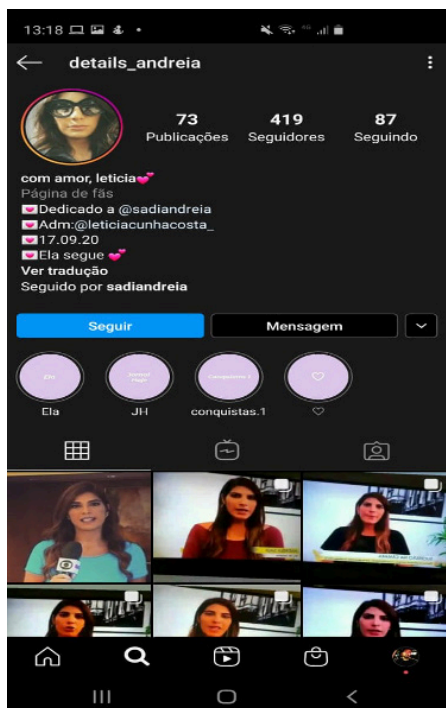
As páginas citadas pelas jornalistas colaboram para a circulação da informação e de sentidos trazidos pelas profissionais em seus jornais. De acordo com Freire e Fernandes (2019, p. 13), no polo da circulação há complexos *feedbacks* oriundos da midiatização crescente "[...] em que há uma transformação da estrutura (tecno-discursiva) da circulação, complexificando as condições de produção (e da própria circulação), dos discursos e dos sentidos". As publicações com informações e notícias aparecem com uma frequência maior no perfil das fãs - como pode ser visto no *print* do perfil de Andréia Sadi disposto na Figura 7. Ou seja, aqui a recepção não é passiva, ela faz parte de uma circulação de sentidos (FAUSTO NETO, 2009).

Figura 6 - Perfil dos fãs de Maria Beltrão



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/centralmariab/> (2020).

Figura 7 - Perfil dos fãs de Andréia Sadi



Fonte: Disponível em: https://www.instagram.com/details_andreia/

Seguindo o fluxo de sentido, percebeu-se também, no período analisado, que as jornalistas estão mais preocupadas, nos *stories*, com as interações com outros atores do que com o ato de informar ou de noticiar. Os *stories* se tornam uma ferramenta importante no acionamento da circulação de sentidos em que a rede social pode ser vista como uma zona de contato.

De acordo com Fausto Neto (2018), uma zona de contato é caracterizada pelo desenvolvimento de relações sócio-técnico-discursivas em trocas complexas de *feedbacks* em que “[...] a circulação retira a produção/recepção de uma atividade polar segundo acoplamentos que os modifica, transformando as condições do seu trabalho

Figura 8 - Seguidora divulga livro de Guga Chacra



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/gugachacra> (2020).

de produção de sentidos” (FAUSTO NETO, 2018, p. 23). Ainda segundo o autor, a zona de contato tem natureza assimétrica e as interações entre produtores e receptores se caracterizam em descontinuidades.

Já as interações de Guga Chacra são exclusivamente um movimento publicitário para divulgar seu novo livro. Todas as republicações e interações do jornalista foram direcionadas à propagação da sua obra, como é possível observar na Figura 8.

A divulgação, por meio dos *stories*, de outros programas em que os jornalistas participam também é uma das emergências da observação. Andréia Sadi, por exemplo, constantemente publica sobre suas aparições na CBN e seu blog – como é possível observar na Figura 9. Essas publicações contam com um *hiperlink* que leva diretamente para o conteúdo divulgado.

Figura 9 - Conteúdos produzidos pela repórter



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/sadiandrea> (2020).

Outra observação relevante está nos conteúdos de bastidores presentes. Maria Beltrão divide com os internautas a movimentação por trás das câmeras ao longo do dia – desde o processo de maquiagem até o bate papo no intervalo comercial do programa Estúdio i. Este movimento é, em sua grande maioria, feito por meio de vídeos em primeira pessoa. Com isso Maria Beltrão se mostra próxima ao usuário que está consumindo aquele conteúdo, funcionando como um processo de conversa informal, de troca informações do dia a dia. O que vai ao encontro do que Freire e Fernandes (2019, p. 11) defendem, para os autores “A mídia (em especial, as redes sociais digitais) cujo papel tem sido o de enunciador da informação, cria um processo de significação que contempla a construção do discurso verbal e não verbal para se comunicar com a sociedade”.

Figura 10 - Maria Beltrão na redação do Estúdio i



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/beltraomaria> (2020).


Porém, foi possível observar que nenhum dos três jornalistas utiliza os *stories* como uma narrativa para informar seus seguidores. As informações são distribuídas nas outras mídias em que eles trabalham: televisão, rádio ou blog na internet. Os *stories*, nesse sentido, funcionam como uma ferramenta de impulso, de circulação inicial desses conteúdos. Como afirma Bianca Rosa, sobre o jornalismo no contexto da midiatização, “[...] percebemos então uma própria transformação sobre a noção de acontecimento jornalístico, na medida em que ingressam novos atores, que aderem a novas lógicas” (ROSA, 2020, p. 4).

Considerações sobre o movimento de análise

Após a análise, recorte e seleção dos 98 *stories*, foi possível inferir alguns padrões de uso desta ferramenta pelos jornalistas. É importante ressaltar que essas inferências fazem parte de um recorte de cinco dias consecutivos de observação de três jornalistas específicos. Ou seja, são reflexo de um período de tempo observável.

Em um primeiro momento, é possível inferir que os *stories* interferem em processos midiáticos e geram novos fluxos sociais e interacionais em que os jornalistas estão mais preocupados com as interações e as produções de sentido do que com o ato de informar, de noticiar os usuários. Nesse processo se encontra a circulação de sentidos proposta por Fausto Neto (2010).

Em segundo lugar, os *stories* são utilizados como uma zona de contato (FAUSTO NETO, 2018). Ou seja, um espaço de desenvolvimento de relações sócio-técnico-discursivas e de trocas de sentido entre atores sociais. Além disso, outros produtos dos jornalistas são impulsionados por essa narrativa de mídia.



Em suma, a relação entre dispositivos móveis e jornalistas, por meio dos *stories*, cria uma rede de interação. Há uma proximidade dos profissionais da comunicação com os outros atores. Nesse sentido, por exemplo, surgem fã clubes – dos três jornalistas estudados, dois apresentaram essa característica de proximidade com os fãs. Os *stories* são usados também como uma plataforma para disseminar outros produtos, como livros, programas e *lives*.

1. Marcio Morrison Kaviski Marcellino
Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale dos Sinos (Unisinos). Mestrado em Comunicação e Linguagem pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) (2019).

NOTAS

2. Seriam analisadas redações on-line e presenciais de rádio, televisão, revista e imprensa.

3. O conceito de affordances (sem definição para a língua portuguesa) foi criado pelo psicólogo James Jerome Gibson e aprofundado em sua obra *The ecological approach to visual perception*, em 1977, para retratar a relação entre os animais e o meio ambiente. Para o autor, o conceito não deve ser tratado como uma percepção física desse elo, mas como um conjunto de comportamentos entre as variantes.

4. Números conferidos no dia 4 de dezembro de 2020 para a realização deste artigo.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 73-88, abr. 2008. DOI 10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38193>. Acesso em: 17 jul. 2021.

FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETARO, Sonia (org.). **Mediatización, sociedade y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina**. Rosário: Universidade Nacional de Rosario, 2010. p. 2-17

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, dez. 2018. DOI 10.17058/rzm.v6i2.13004. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004/7731>. Acesso em: 17 jul. 2021.

FAUSTO NETO, Antônio. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. **Galáxia**, São Paulo n.18, p.17. dez 2009. ISSN 1982-2553. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641244002> Acesso: 17 jul. 2021

FREIRE, Débora; FERNANDES, David. Miatização nas redes sociais digitais como valor notícia: o ingresso da fake news “kit gay” na pauta do El País. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MIIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 3., 2019, São Leopoldo. **Anais eletrônicos** [...]. São Leopoldo: Unisinos, 2019. Disponível em: <https://miiaticom.org/anais/index.php/seminario-miiatizacao-artigos/article/download/260/254>. Acesso em: 17 jul. 2021.

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história**. 4. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

KRAMMER, Aske. The Miiatization of Journalism. *MedieKultur* 2013, 54, 141-158. Disponível em: <https://tidsskrift.dk/mediekultur/article/view/17385> Acesso em: 17 jul. 2021

MARCELLINO, Marcio Morrison Kaviski; ROSA, Ana Paula. A relação entre jornalistas e dispositivos móveis nas redações de portais on-line em Curitiba-PR no contexto da miiatização. *Âncora, João Pessoa*, v. 7, n. 2, p. 160-179, jul./dez. 2020. DOI 10.22478/ufpb.2359-375X.2020v7n2.53767. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/53767/31406>. Acesso em: 17 jul. 2021.

ROSA, Bianca. A relação entre as dinâmicas de interpenetrações e circulação no jornalismo miiatizado da Vaza Jato. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MIIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., 2020, São Leopoldo. **Anais eletrônicos** [...]. São Leopoldo: Unisinos, 2019. Disponível em: <https://miiaticom.org/anais/index.php/seminario-miiatizacao-artigos/article/view/1312/1262>. Acesso em: 17 jul. 2021.