



## O Instagram e a Formação de Uma Constelação de Gêneros Para Além Galáxia da Internet<sup>1</sup>

Renato Ferreira do NASCIMENTO<sup>2</sup>

Ana Paula Rabelo e SILVA<sup>3</sup>

Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, CE

### RESUMO

Esta pesquisa propõe uma breve análise de uma formação de constelação de gêneros textuais (ARAÚJO, 2006) a partir da rede social para *smartphones*, Instagram, que vai além da galáxia da internet. É necessário, para o avanço da análise, uma explicação do suporte que se forma a constelação para estabelecer suas conexões e formar o objeto deste estudo. O objetivo deste artigo é demonstrar a formação de uma constelação de gêneros que transborda por um grupo de comunicação e deixa o leitor informado em qualquer veículo de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Instagram; constelação de gêneros; jornalismo; redes sociais.

### Introdução

Assim como os tempos líquidos, com a fluidez que toma a forma de qualquer objeto que o acolha (BAUMAN, 2001), esta pesquisa visa analisar a rede social Instagram, como parte de uma “Constelação de Gêneros” (ARAÚJO, 2006) textuais que vão além da “Galáxia da Internet” (CASTELLS, 2003). O objeto deste estudo é um recorte a partir da monografia do pesquisador envolvido, correspondente ao segundo turno das eleições de 2014 (governamentais e presenciais).

O artigo visa estabelecer uma relação de conexão textual da rede social Instagram do Grupo de Comunicação O POVO, atuante no Ceará, com seus outros veículos, como o jornal impresso “O POVO”, a “TV O POVO”, a rádio “O POVO/CBN” e o portal “O POVO Online”. Propõe-se então, a partir da análise destes veículos, verificar se ocorrem fenômenos intertextuais e se há marcações chamando para outros veículos dentro do mesmo grupo de comunicação.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Graduando do 8º período de Comunicação Social – Jornalismo (Instituto de Educação Superior da Faculdade 7 de Setembro (FA7), e-mail: pressrenato@gmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora Mestra do Curso de Comunicação Social da Faculdade 7 de Setembro (FA7). Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: anarabelo.p@gmail.com



Denominamos então, a partir dos dados coletados, o que chamaremos metaforicamente de *Cinturão de Órion*, em decorrência do contexto de análise já proposto “Galáxia da Internet” de Castells (2003). Partimos, pois, um “Site de Rede Social” (RECUERO, 2014) que utiliza conexão de internet para seu funcionamento. Assim, quando afirmamos que esta constelação é “para além da galáxia da internet”, é porque esta constelação atinge veículos de telecomunicação, como o rádio e a TV e veículos impressos.

Para discorrermos sobre o conceito, é necessário compreendermos a cultura digital, as redes sociais e a “Constelação de Gêneros” (ARAÚJO, 2006), que serão distribuídos nos tópicos seguintes.

### **Cultura Digital**

A cultura digital, denominada cibercultura por Pierre Lévy (2010), ganha cada vez mais adeptos ao redor do mundo:

A cada minuto que passa, novas pessoas passam a acessar a Internet, novos computadores são conectados, novas informações são injetadas na rede. Quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele torna “universal”, e menos o mundo informacional se torna totalizável. O universo da cibercultura não possui nem centro nem linha diretriz. É vazio, sem conteúdo particular. Ou antes, ele os aceita todos, pois se contenta em colocar em contato um ponto qualquer com qualquer outro [...] (2010, p. 113)

Ao mesmo tempo em que um conjunto de informações se avolumam num espaço de modo livre, sendo possível a criação de diversas formas de associações entre essas informações, cada vez mais o sujeito que navega entre os dados perde o controle da totalidade deste universo “[...] um sistema indeterminado que tende a manter a sua indeterminação [...]”, um “sistema do caos” (LÉVY, 2010). A metáfora do universo é por nós retomada em diferentes perspectivas, não só no sentido apresentado por Lévy (2010), mas nas construções metafóricas, paralelas a esta, elaboradas por Araújo (2006). Essas características estruturais da tecnologia não determinam a sociedade. Não há uma relação causa-consequência, numa perspectiva determinista, como aquela descrita pelos que analisaram as comunidades orais e letradas. Se todo o processo de letramento interferisse da mesma forma as culturas teriam desenvolvimentos tecnológicos similares. O que não acontece.

Para Castells, “[...] o dilema do determinismo tecnológico é, provavelmente, um problema infundado, dado que a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser



entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas.” (CASTELLS, 2002, p. 43).

Castells (2002) considera a década de 1970 como o marco inicial para a inovação tecnológica, com a tecnologia da informação como início do contexto histórico do tema. O surgimento se deu na Califórnia, estado dos Estados Unidos da América, onde foi relacionado à “cultura da liberdade” (2002, p. 43), proveniente dos movimentos ocorridos em 1960, que de acordo com Lévy (2010), se refere a um movimento social, que elevou uma contracultura radical.

Para além dos campos técnicos, essa “cultura digital” é traduzida por um modo de relacionamento moderno em que o homem se adapta, uma vez que “tecnologia é a sociedade” (CASTELLS 2002), a uma ligação em que se adquirem saberes e se ampliam as formas de parceria (possibilitando maior flexibilidade). Assim, cada nicho ou ramificação da tecnologia, segundo Lévy (2010), deverá ser entendida de formas diferentes. Esse novo modo é maleável e móvel, pois está em constante modificação e movimento, e a “Galáxia da Internet” (CASTELLS 2003) surge neste meio volátil, embora sem delongas conclusões, já que as plataformas são melhoradas diariamente (física e estruturalmente) para atender as demandas do homem e da mulher da pós-modernidade.

Apesar de reconhecer que a internet teve suas fases, que coexistem nos anos 2010, como desdobramentos de *blogs*, a digitalização do jornalismo impresso, a conversação mediada por *e-mails* e a busca por informações gerais (pesquisas), direcionaremos neste tópico os estudos das “Comunidades Virtuais”<sup>4</sup>, termo amplamente usado por Castells (2003).

As “Comunidades Virtuais”, assim como seu homônimo propõe, é a formação de pessoas que tem algo em comum e se aglomeram em redes de conexões virtuais. Eles têm se aglomerado e gerado um ciclo em círculo que torna a cultura digital como ela é. Pessoas se reúnem nos mais diversos meios da Internet para debates de assuntos que geram interesses comuns.

Os estudos de Castells (2003), voltados para os Estados Unidos da América, aponta que as pessoas constroem seus relacionamentos não pela proximidade física, mas pelo grau de afinidade. Castells (2003) afirma:

---

<sup>4</sup> “Comunidades Virtuais” é um termo utilizado por Manuel Castells (2003), a partir do termo adotado popularmente por Howard Rheingold (1993/2000) e amplamente utilizado em sua obra “A Galáxia da Internet” (2003).



[...] as pessoas não formam seus laços significativos em sociedades locais, não por não terem raízes espaciais, mas por selecionarem suas relações com bases em afinidades. Além disso, padrões espaciais não tendem a ter um efeito importante sobre a sociabilidade. (CASTELLS, 2003, p. 106)

Fischer (2001 apud CASTELLS, 2003) aponta uma redução da mobilidade residencial geográfica, mas não afirma que isso possa estar relacionado com o advento de novas tecnologias. É possível que a proximidade que a tecnologia proporciona venha – de algum modo – reduzir o desejo e a necessidade de deslocamento físico. Desconhecemos estudos que relacionem estes fatores com dados estadunidenses.

Sobre este aspecto, os estudos de Castells apontam que “a família extensa encolheu e novos meios de comunicação tornaram possível manter contato à distância” (2003, p. 107).

Nos anos 2010, podemos relacionar “Comunidades Virtuais” (CASTELLS, 2003) às “Redes Sociais na Internet” (RECUERO, 2014), que possuem, para além de contas pessoais, contas empresariais, criadas por grupos de comunicação, como é o caso do objeto de estudo deste artigo. Para isso, necessitamos entender o processo de definição destes grupos virtuais que formam suas comunidades e sua adesão nos suportes digitais.

### **Redes Sociais na Internet**

Inicialmente optamos por “Redes Sociais Virtuais”, mas não há acordo, entre pesquisadores, em relação ao uso do termo “virtual”. Lévy (2010, p. 49) define esta palavra em três significados: o primeiro “técnico, ligado à informática, um segundo corrente e um terceiro filosófico”. O recorte técnico dado ao termo equivale aos campos dos sistemas de computadores; o filosófico abrange uma maneira real, onde “o virtual encontra-se antes da concretização efetiva ou formal” (LÉVY, 2010, p. 49) e o corrente é aquele associado ao senso comum, onde é associado ao irreal e imaterial.

Faz-se também necessário compreendermos, para avançarmos nesta pesquisa, o significado de “rede social”. Recuero (2014) define uma rede social, a partir de um estudo do matemático Leonard Euler, realizado na década de 1730. Recuero (2014) mostra linhas que são ligadas por pontos na formação desta rede.

A partir deste compreendimetno, voltados exclusivamente para as “Redes Sociais na Internet” (RECUERO, 2014), devemos compreender o que de fato é uma rede social, de alguma maneira, “desligada” ou *offline* da internet. Para Marteleto



(2001), uma rede social é constituída pela representação de “um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (MARTELETO, 2001, p. 72). Marteleto (2001) afirma ainda, no conceito de rede, a formação de nós, a que também atribui o conceito “nodos”, uma estrutura sem fronteiras e sem geografia específica.

O antropólogo Barnes (1987 apud ENNE, 2004), conceitua o termo voltado socialmente, com “indivíduos que irão se articular a partir de interações, e não por composições egocêntricas” (ENNE, 2004, p. 264). O estudo destes autores é necessário para avançarmos nesta pesquisa, que terá seu campo voltado para territórios digitais (LÉVY, 2010).

Recuero (2014) associa aos “nós” a representações de atores, mesmo que “Inicialmente, não são atores sociais, mas representações dos atores sociais” (RECUERO, 2014, p. 25), visto que estamos dentro de um suporte digital. As conexões, que são representadas pelas linhas e ferramenta fundamental deste estudo (RECUERO, 2014), são formações que acontecem “através da interação social entre os atores” (RECUERO, 2014, p. 30).

Como abordamos o ciberespaço e sua cibercultura (LÉVY, 2010), voltaremos nosso olhar para a Internet, e, de acordo com Recuero (2014, p. 21), “estudar os padrões de conexões expressas no ciberespaço”, como o “Site de Rede Social” (RECUERO, 2014), o Instagram.

## **Instagram**

De acordo com a pesquisa de Vale et al. (2013) a Rede Social na Internet (RECUERO, 2014) denominada *Instagram*, exclusiva para plataformas móveis (*smartphones* e *tablets*), foi criada em outubro de 2010 e foi desenvolvido para o sistema operacional da *Apple*, o *iOS*. De acordo com a defesa dos autores (2013), os primeiros aparelhos tecnológicos receberem suporte para o aplicativo Instagram foram os celulares (*iPhones*) o tocador de música *iPod* e o tablet *iPad*, o que “foi uma das razões para sua popularização” (VALE et al. 2013). Em decorrência de sua grande procura houve uma adaptação para a plataforma *Android*, da empresa Google, estendendo sua linha de usuários ao invés de limitar àqueles usuários dos produtos da *Apple* e nos anos 2010 também teve sua versão disponibilizada para o *Windows Phone*, sistema operacional da *Microsoft*.



O aplicativo foi desenvolvido para a publicação de imagens com legendas, mas apresenta possibilidades de georreferenciação no qual é possível apontar o lugar onde a foto foi publicada. Este “Site de Rede Social” (RECUERO, 2014) dá a abertura do GPS do *smartphone* para o usuário marcar o lugar onde a fotografia foi tirada. Ele ainda permite o uso de *hashtags* (#), que dá a possibilidade de criar alguns tópicos e realizar uma busca de postagens relacionadas às *hashtags* homônimas, a fim de visualizar outras imagens que também foram marcadas com a palavra.

As empresas de Comunicação, já acostumadas com outras redes sociais, como o *Twitter* e o *Facebook*, também aderiram ao novo *site* e criaram suas contas. A Folha de S. Paulo pode ser vista como um exemplo de adesão, já que em agosto de 2011 uma conta foi criada e existe, pelo menos, uma foto publicada por dia.

Estes fatores apresentados são fundamentais para a compreensão de como se forma uma “Constelação de Gêneros” (ARAÚJO, 2006), que vai para além da “Galáxia da Internet” (CASTELLS, 2003).

### **Constelação de Gêneros**

A escolha do termo “Constelação de Gênero” por Araújo (2006, p. 38) “denota um conjunto de gêneros discursivos que formam um todo coerente, ligados por características comuns, porém com funções sociais distintas”. A relação em rede estabelecida entre os gêneros permitem a criação de um território temático. Nenhum gênero pode, previamente, ser avaliado como de maior prestígio do que o outro. O processo de valoração dos gêneros vai ocorrer durante a interação com os usuários que podem ou não aceitar o formato, a linguagem, o estilo, o meio de comunicação.

O estabelecimento da rede marcada ou não marcada é uma classificação por nós propostas uma vez que há explícito o direcionamento para leitura em outras fontes correlacionadas através de hipertextos da web e sua distinção ocorre pelo simples ato explícito de indicar outro suporte ou outro gênero do mesmo suporte, para leituras tematicamente correlacionadas.

Comprendemos que este novo nicho da comunicação – amarrado por nós e ligado pelas conexões (RECUERO, 2014) – tem sua especial notoriedade e função dentro deste campo social de estudo. Assim como o *webjornalismo*, ele não tem um tempo definido, um espaço definido e pode estar – ao mesmo tempo – associado a qualquer um dos outros gêneros (rádio, TV, *webjornalismo* e impresso).



As Redes Sociais na Internet (RECUERO, 2014) afeta não só aqueles que estão no jornalismo impresso, mas quem está em rádio e TV. Em alusão metafórica e apropriação do termo de Araújo (2006), relacionaremos o rádio como um gênero constelar, a televisão como outro, o webjornalismo, os blogs e as redes sociais como outros gêneros constelares, cada um funcionando como uma estrela dentro de uma galáxia.

O leitor consegue navegar por dentro destes gêneros constelares partindo de qualquer mídia a partir de uma marcação e ficar conectado dentro de um *Cinturão de Órion* em um tema.

Nas redes de gêneros dentro de estudos swalesianos, Araújo (2006, p. 59) coloca que este encadeamento em redes “parece ter sido inspirado no velho conceito da intertextualidade”, o que nos leva à compreensão de sobreposições de texto. Neste caso, como tratamos de “Redes Sociais na Internet” (RECUERO, 2014), abrimos nossa visão de pesquisa e migramos do texto webjornalístico para o empreendimento feito a partir de uma empresa de comunicação, que já possui seu veículo próprio (seja webjornalístico, impresso, rádio ou TV) e passe a usar esta ferramenta que dá nome ao nosso capítulo.

Nos estudos dos gêneros constelares swalesianos, Araújo (2006) relaciona os estudos de bakhtinianos, no qual discorre sobre a apropriação de gêneros textuais em outros gêneros, a exemplo de que “apresentações podem se transformar em artigos de pesquisa, assim como artigos de pesquisa podem se transformar em apresentações” (SWALES, 2004 apud ARAÚJO, 2006). Apropriando, na forma de “transmutação”<sup>5</sup> este estudo, compreendemos na comunicação que notas podem virar notícias, textos de telejornalismo podem ser aproveitados no exercício do radiojornalismo, e fotografias, específicas de fotojornalismo (ou fotografia publicitária) podem ser repostadas no Instagram com o auxílio de texto usado no gênero em que ganhou espaço.

A pesquisa do russo Bakhtin (2000 apud ARAÚJO, 2006) aborda que “todo gênero guarda consigo traços do seu passado” (ARAÚJO, 2006, p. 63), além de que “uma vez gerados, esses 'novos' gêneros passam a servir a outros propósitos comunicativos sem perder, no entanto, a relação genérica uns com os outros” (ARAÚJO, 2006, p. 63). Estas afirmações demonstram a conexão entre os diferentes gêneros e como a empresa consegue atingir o leitor/usuário em qualquer gênero.

---

<sup>5</sup> Optamos pelo termo utilizado em sua tradução original, mas já reconhecemos que a intenção do autor foi usar o sentido de “reelaboração”.





Com estas informações, as constelação de gêneros de Araújo (2006), se dá por:

[...] constelação de gêneros é um agrupamento de situações sócio-comunicativas que se organizam por meio de pelo menos uma característica comum à esfera de comunicação que os congrega, partilhando do mesmo fenômeno formativo e atendendo a propósitos comunicativos distintos. (ARAÚJO, 2006, p. 74)

A partir das nomenclaturas adotadas por Araújo (2006) e Castells (2003), utilizamos, metaforicamente, a constelação estrelar que forma o Cinturão de Órion para compreendermos como os “Gêneros Constelares” (ARAÚJO, 2006), na “Galáxia da Internet” (CASTELLS, 2003) e seu relacionamento como constelação em nosso recorte da internet.

### **Metodologia e análise de caso**

O presente artigo utiliza como método de pesquisa o estudo de caso. Gil (2012) afirma que esta metodologia se caracteriza por sua capacidade de adentrar no tema, ou seja, pela profundidade obtida no estudo “de um ou poucos objetos” (GIL, 2012, p. 57), o que permite maior compreensão de caso.

Para isso, foram realizadas reproduções (conhecidas informalmente como “*prints*”) uma imagem do Instagram postada pelo perfil oficial do Grupo de Comunicação O POVO durante o dia 26 de outubro de 2014, data em que ocorreu o segundo turno das eleições para governador do Ceará e para presidente da República do Brasil. A escolha da imagem é decorrente de uma pesquisa monográfica dos autores (2015), durante um período de um ano.

A publicação no Instagram “@opovoonline”, do Grupo de Comunicação O POVO, às 09h10min do dia 26 de outubro de 2014, apresenta o colégio Liceu do Ceará, situado na capital Fortaleza. A descrição textual apresenta intertextualidade nas *hashtags* “#eleiçõesOPOVO” e “#eleições”.



**Figura 1 – Publicação<sup>6</sup> do @opovoonline mostra colégio Liceu do Ceará**



Fonte: <https://instagram.com/p/unX5huuxvW/>

A constelação de gêneros é formada quando a jornalista e apresentadora Cinthia Medeiros, na transmissão da “TV O POVO” do dia 26 de outubro de 2014 avisa aos telespectadores, entre 16h e 17h, para usar a hashtag “#eleiçõesOPOVO”.

Cinthia Medeiros [TV]: *“Nas redes sociais você participa do nosso programa com a hashtag #eleiçõesOPOVO”.*

**Figura 2 – Jornalista fala para os internautas usarem hashtag publicada no Instagram**



Fonte: Reprodução/Transmissão TV O POVO do dia 26 de outubro de 2014

<sup>6</sup> Texto da publicação: “No Liceu, um dos maiores colégios eleitorais de Fortaleza, a votação segue tranquila. (Foto: @leohenriques Henriques/Especial para O POVO) #eleiçõesOPOVO #eleições”

Entre 17h e 18h, na “TV O POVO”, o jornalista e apresentador Rui Lima reforça o uso da *hashtag*.

**Figura 3 – Jornalista reforça o uso da hashtag**



**Fonte:** Reprodução/Transmissão TV O POVO do dia 26 de outubro de 2014

A constelação se forma também no jornal impresso “O POVO”, do dia 27 de outubro de 2014, quando uma legenda de fotografia associa o colégio.

**Figura 4 – Constelação continua formada no impresso “O POVO”**



**Fonte:** Jornal “O POVO” do dia 27 de outubro de 2014



## Considerações finais

O resultado desta pesquisa mostra uma constelação formada no Grupo de Comunicação O POVO que age de forma quase simultânea no período que se refere às eleições presidenciais e governamentais de 2014. A cobertura realizada, que é para além da “Galáxia da Internet” (CASTELLS, 2003), e atinge seus demais veículos (a TV e o impresso, neste recorte de caso) e deixa seu público leitor (que é para além do impresso) dentro de uma “Constelação de Gêneros” (ARAÚJO, 2006), mostrando que é possível intertextualizar e conectar informações.

Este estudo amplia também a compreensão sobre a humanidade, as evoluções das máquinas tecnológicas e sua relação, que nascem nos Estados Unidos da América, criam “Comunidades Virtuais” (CASTELLS, 2003) na rede da internet capaz de conectar “nós (ou nodos)” (RECUERO, 2014) dentro de uma rede social.

Assim, este estudo de caso pode ganhar desdobramentos na formação de constelações partindo de outras mídias e analisando variáveis, como funções comunicacionais e análises de discurso textual, por exemplo.

## Referências

ARAÚJO, Júlio César. **Os Chats: Uma Constelação de Gêneros na Internet**. 2006. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística da UFC. Universidade Federal do Ceará.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro. Editora: Jorge Zahar Editor Ltda, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade**. Rio de Janeiro. Editora: Jorge Zahar Editor Ltda, 2003.

\_\_\_\_\_, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo. Editora: Paz e Terra S/A, 2002.

ENNE, Ana Lúcia S. **Conceito de rede e as sociedades contemporâneas**. Comunicação e Informação, Brasília, v. 7, n. 2, p. 264 – 273, jul./dez. 2004. Disponível em < <http://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/viewFile/24452/15165>>. Acesso em 24 mai. 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo. Editora: Atlas, 2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo. Editora: 34, 2010.



MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais** – aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>>. Acesso em 24 mai. 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre. Editora: Sulina, 2014.

VALE, Débora Ketlin de Queiroz *et al.* **A Fotografia como Linguagem na Rede Social** – Estudo de caso do Instagram. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 2013. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0713-1.pdf>> Acesso em: 18 de setembro de 2014.