

Jornalismo e Instagram Stories: O Caso do O Povo Online

Calebe RODRIGUES¹

Caroline ROCHA²

Rafael RODRIGUES³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar como o jornalismo tradicional se adapta às novas tecnologias e formas de consumir informação nas mídias digitais. Partindo da análise da utilização que o jornal mais antigo do Ceará, o O Povo, faz do Instagram Stories, pretende-se compreender como se dá a produção de jornalismo na plataforma, que baseia-se na instantaneidade, e quais os recursos utilizados pelo veículo para se relacionar com os seguidores/leitores.

Palavras-chave: Jornalismo; Instagram Stories; O Povo; Instantaneidade.

INTRODUÇÃO

A popularização da internet e das redes sociais nas últimas décadas provocou consideráveis mudanças na forma como os usuários se relacionam entre si e com as ferramentas existentes na rede. Uma dessas mudanças reverberou fortemente no campo do Jornalismo: a forma como as pessoas consomem informações.

O que antes limitava-se a veículos tradicionais, como jornais impressos, televisão e rádio, hoje apresenta-se de forma mais difusa e veloz na internet. Seja em portais de veículos de comunicação ou nas redes sociais, o consumo de jornalismo via internet é, hoje, um dos principais meios de obtenção de informação para a população brasileira.

¹ Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFC. E-mail: rscabe@gmail.com

² Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFC. E-mail: carolinegrocha@outlook.com.br

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC. E-mail: rafaelrg@gmail.com

Segundo o relatório final da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM) e pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), a internet é o segundo meio de comunicação pelo qual a população mais se informa, citada por 49% dos entrevistados na pesquisa, atrás apenas da televisão (89%). Ainda segundo o relatório, os aparelhos celulares são o dispositivo mais utilizado para acessar a internet e a média de tempo de acesso diário da população é de mais de 4h e 30min.

Esse cenário de crescente significância da internet fez com que veículos tradicionais de comunicação buscassem maneiras de se adaptar ao ambiente online, trazendo seu conteúdo para distintas plataformas digitais, em especial o computador e, mais recentemente, os smartphones. Como afirmam Anderson, Bell e Shirky (2013):

[...] Produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita. Nos últimos 15 anos houve uma explosão de técnicas e ferramentas. E, mais ainda, de premissas e expectativas. Tudo isso lançou por terra a velha ordem. (ANDERSON, BELL E SHIRKY, 2013, p. 32)

No Ceará, um dos veículos que mais se destacam em atuação online é o O Povo, jornal mais antigo em circulação, fundado em 1928, e o segundo em número de tiragens no Estado. Em 1997, o O Povo criou um site para divulgação do material do jornal impresso na internet. O site contava basicamente com transcrições de matérias que haviam sido publicadas na versão impressa e era dividido de acordo com as editorias do jornal.

Em 2001, o O Povo lançou o portal NoOlhar.com, que teve como diferencial a produção de conteúdo específico para o ambiente virtual. Em 2006, após a experiência com o NoOlhar, o jornal lançou o portal O Povo Online, que é hoje a maior referência em uso de redes sociais como forma de veiculação de notícias no Ceará, somando em sua página no Facebook 1.275.034 curtidas e contando com 338.000 seguidores no Instagram.

Nos últimos anos, foi possível observar um forte uso da plataforma Instagram como local de publicação pelo O Povo. A conta do jornal na rede social utiliza o Instagram Stories para veicular notícias de forma rápida e resumida, buscando também, por meio do aparecimento de

jornalistas do veículo na plataforma, aproximar os leitores da rotina da redação. Tendo isso em vista, este ensaio pretende-se observar as particularidades da utilização da ferramenta Instagram Stories pelo O Povo Online.

Redes sociais, Instagram e Stories

A partir dos anos 90, com o advento da internet, o jornalismo emerge no contexto online e digital trazendo características específicas de produção, com foco na velocidade da informação e na interatividade através das redes sociais. Segundo Recuero (2011):

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. (RECUERO, 2011, p. 24).

A rede social Instagram foi criada em outubro de 2010 pelos engenheiros de software Kevin Systrom e Mike Krieger. Inicialmente, sua premissa era permitir o compartilhamento de fotos e vídeos entre os usuários e a replicação desse conteúdo em outras redes sociais, como Facebook, Twitter, Tumblr e Flickr. A apropriação da rede pelo jornalismo mostra uma tendência à apresentação de notícias de forma resumida e rápida na internet, com o auxílio de recursos para além do texto escrito, utilizando-se também de fotografia e vídeo. Aragão (apud SILVA, 2012) aponta as seguintes características sobre a aproximação entre o Instagram e o jornalismo:

Destaca-se aqui duas características importantes que podem ser discutidas também como formas de aproximação com a prática jornalística. Primeiramente, a incorporação do aparelho fotográfico aos dispositivos móveis, e por consequência ao cotidiano, influencia em uma fotografia desprendida, que olha para o banal e para o significativo, que carrega em si uma estética da transparência. O fotografar-compartilhar-consumir simultâneo e georreferenciado amplia a independência da fotografia como registro. Assim “a fotografia reassume com mais força o seu papel de meio de comunicação próprio, sem necessariamente estabelecer uma combinação com outras modalidades de discurso”. (SILVA apud. ARAGÃO, 2012, p. 9)

O Instagram é uma das plataformas digitais mais exploradas pelo grupo de comunicação O Povo. Para se ter uma noção do alcance diário das notícias, no dia 15 de setembro de 2017 foram publicadas em média 40 notícias na rede social e, ao final do dia, o perfil do jornal na plataforma somava 574 novos seguidores.

O Instagram Stories, ferramenta analisada neste trabalho, foi lançada em agosto de 2016, em concorrência ao aplicativo Snapchat. De acordo com o Instagram, a proposta do Stories é:

Permitir que você compartilhe todos os momentos do seu dia, e não apenas aqueles que deseja manter no seu perfil. Ao compartilhar várias fotos e vídeos, eles aparecem juntos em um formato de apresentação de slides: sua história.” (Instagram, 2016, tradução nossa).

As publicações realizadas nos Stories ficam no ar apenas por 24 horas e, durante esse período, podem ser visualizadas e comentadas por seguidores do perfil.

A plataforma apresenta peculiaridades que fazem com que a quantidade de texto utilizada nas publicações seja menor. A limitação no tempo das postagens (dez segundos) e a própria limitação do tamanho da tela dos smartphones fazem com que textos longos não sejam atrativos no Stories. Por essa razão, recursos como fotos e vídeos se tornam ainda mais relevantes nas publicações.

O Instagram permite ainda que contas verificadas adicionem links nas publicações no Stories. As contas verificadas possuem um selo de autenticidade ao lado do nome de usuário que atesta que o Instagram confirmou que essa é a conta verdadeira da figura pública, celebridade ou marca global que representa⁴. Em geral, apenas contas com mais de dez mil seguidores recebem este selo.

O POVO Online 
Site de notícias e mídia
Portal de notícias sobre Ceará, Brasil e Mundo.
Twitter: opovoonline 
www.opovo.com.br/
Avenida Aguanambi, 282 - Joaquim Távora, Fortaleza,
Brazil

Imagem 1. Selo de verificação da conta do O Povo Online no Instagram.

⁴ A informação está disponível na central de ajuda do Instagram e pode ser acessada em: <https://help.instagram.com/733907830039577?helpref=faq_content>.

O Stories apresenta ainda outros recursos interativos, como figurinhas, emojis, desenhos, filtros e máscaras, além de funções como gravação de vídeos ao vivo (Live Stories), gifs (Boomerang), vídeos reproduzidos de trás para frente (Rebobinar) e vídeos com mãos livres, ferramenta que faz com que não seja mais necessário pressionar o botão de gravar durante toda a filmagem.

Na produção de webjornalismo, o Stories possibilita a disponibilização imediata de notícias de forma curta e com recursos audiovisuais. A ferramenta é bastante utilizada por alguns dos principais jornais do país, como O Globo, Estadão e Zero Hora.

Dos dez jornais mais mencionados na Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, seis (O Globo, Folha de São Paulo, Extra, O Estado de São Paulo, Zero Hora e Diário Gaúcho) possuem perfil no Instagram e utilizam o Stories na veiculação de notícias; dois (A Tarde e O Dia) possuem perfil na rede social mas não utilizam o Stories e dois (Super Notícia e Meia Hora) não possuem perfil oficial no Instagram.

O uso da ferramenta “Stories” no jornalismo: o caso do O Povo online

A linguagem utilizada pelo jornal acompanha as singularidades, funcionalidades e especificidades de cada ferramenta e plataforma utilizada para a veiculação de notícias, sendo guiada pelo perfil dos leitores. A veiculação no Instagram Stories possui público e objetivo específicos, de acordo com Natércia Melo, coordenadora de mídias do O Povo:

Sabemos que cada plataforma tem seu público e o Stories foi mais um que precisaríamos descobrir (o público) primeiro para depois trabalhar nele. Mesmo sendo um ambiente dentro do Instagram, não é todo mundo que gosta de acompanhar. Stories é um ambiente de leveza, do imediato, e focamos muito nele para coberturas também. (MELO, Natércia. Entrevista concedida à Caroline Rocha. Fortaleza, 15 ago. 2017)

O jornal possui três quadros no Instagram Stories, que são “Giro na Redação”, “Destaques da Manhã” e “Destaques da Noite”. Nesses quadros, repórteres de diferentes editorias aparecem trazendo manchetes e notícias curtas em vídeos de até dez segundos, além de disponibilizarem links para essas notícias no portal. Se o usuário clicar ou deslizar o dedo na tela, será automaticamente redirecionado para o portal do O Povo Online.

Na ferramenta, há uma tentativa de aproximação entre o cotidiano da redação e os leitores do conteúdo disponibilizado na plataforma. O jornal opta por tentar fazer com que seus repórteres apareçam frequentemente nos Stories, criando assim uma familiaridade com os usuários, que é também reforçada pela linguagem informal utilizada na transmissão das notícias. Outro fator que contribui para essa familiarização é a divulgação dos perfis de Instagram dos repórteres que aparecem no Stories. É comum que suas contas sejam mencionadas enquanto eles aparecem na plataforma, permitindo que os usuários cliquem e sejam redirecionados para seus perfis pessoais.

Segundo Melo (2017), o público gosta de conhecer os bastidores da redação, logo, a criação de quadros no Stories do O Povo foi uma maneira de explorar essa necessidade. De acordo com a coordenadora, a familiarização do público com os repórteres têm gerado um feedback positivo.



Imagem 2. Vinheta do Giro na Redação.

Destacado entre as publicações por uma vinheta, o quadro Giro na Redação traz repórteres narrando notícias direto da redação. No dia 15 de setembro de 2017, o quadro começa apresentado por Chico Driessen, analista de mídias sociais do grupo O Povo. Em seguida, em dois vídeos de em média dez segundos e uma fotografia contendo texto curto, o repórter Lucas

Mota narra notícias relacionadas ao jogo de futebol que se realiza no dia seguinte. O Giro na Redação desse dia teve ao todo cinco publicações.

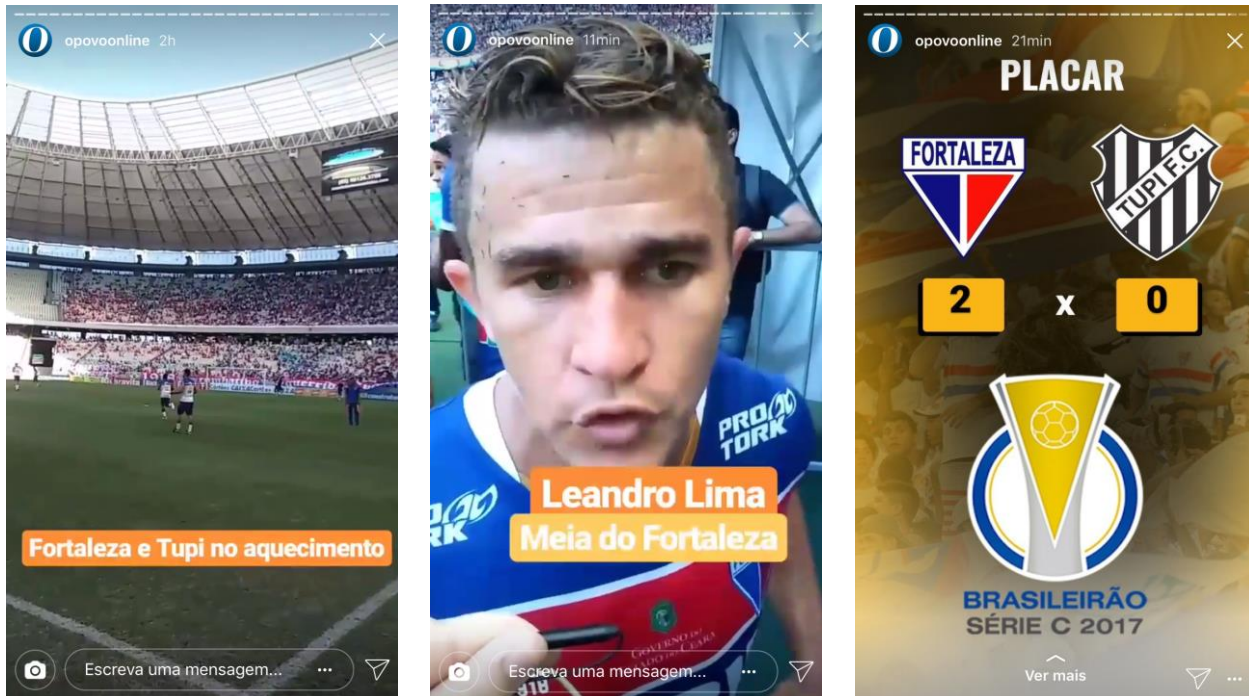


Imagens 3, 4 e 5. Destaques da noite do dia 15 de setembro de 2017 no Instagram Stories do O Povo.

Os quadros Destaque da Manhã e Destaques da Noite apresentam uma sequência de imagens com resumo de notícias selecionadas para a plataforma. O público pode identificar o começo do quadro pelo o uso da hashtag #DESTAQUESOPOVO pelo jornal. No dia 15 de setembro, a repórter Laura Brito narrou o início do quadro Destaques da Noite. Na sequência, apareceram 8 publicações com notícias. Cada Stories é acompanhado do link da notícia completa no portal, para onde o usuário pode ser redirecionado se clicar na tela.

O Stories também é bastante utilizado pelo jornal para mostrar repórteres cobrindo acontecimentos em campo. No dia 16 de setembro de 2017, uma das coberturas realizadas na plataforma foi a do jogo de futebol entre o Fortaleza Esporte Clube e o Tupi Football Club. O repórter enviado ao jogo publicou 17 Stories sobre a partida, incluindo imagens do Estádio Castelão durante a chegada dos torcedores, a escalação de jogadores de cada equipe, imagens da torcida e dos jogadores em campo, trechos de entrevistas com o segundo vice-presidente do

Fortaleza, Marcello Desidério, e o jogador Leandro Lima, também do Fortaleza, e o placar final do jogo.



Imagens 6, 7 e 8. Cobertura do jogo Fortaleza x Tupi no Stories do O Povo Online.

Considerações finais

Através da análise das publicações do O Povo no Instagram Stories foi possível observar algumas características que refletem uma tentativa de adaptação do jornal ao novo cenário do jornalismo. Ao investir na plataforma, o veículo busca atingir um novo público, diferente daquele atingido pelo portal ou pela versão impressa do jornal, por exemplo. Os quadros propostos na plataforma mostram uma tentativa de aproximação entre a rotina da redação jornalística e os seguidores do perfil. O jornal tenta construir um ambiente de familiaridade e informalidade com esses seguidores, que é fortemente reforçado pela linguagem utilizada pelos repórteres. As notícias são transmitidas de forma leve, sem toda a rigidez e formalidade comuns a prática jornalística em outros meios.

Com o uso da ferramenta Instagram Stories, notam-se novas possibilidades narrativas na transmissão de informações que estão sendo exploradas pelo Jornalismo. Nesse novo cenário, recursos audiovisuais se tornam imprescindíveis na transmissão de notícias de forma curta e rápida. O uso de fotografia e vídeo, aliado a pequenos textos, apresenta-se como uma espécie de modelo para utilização do Instagram Stories por veículos de comunicação como o Jornal O Povo, que explora todos os recursos citados.

Através dos três quadros fixos no Instagram Stories do O Povo, “Giro na redação”, “Destaques da manhã” e “Destaques da noite”, observa-se como as redes sociais trazem uma reconfiguração da prática jornalística. Para além de novos formatos e linguagens, cria-se um ambiente de interação, familiaridade e sociabilidade entre os veículos de comunicação e seus seguidores.

Referências

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos**. Trad. Ada Felix. REVISTA DE JORNALISMO DA ESPM. São Paulo: ESPM, abril, maio, junho/2013. Disponível em: <http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf>. Acesso em 10 de setembro de 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura). Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>>. Acesso em 16 de setembro de 2017.

LIMA, Kassandra Merielli Lopes; MOURA, Maria Larissa Dennyfher de. **Jornalismo hard news e Instagram: novas histórias em velhas formas?** Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-1560-1.pdf>>. Acesso em 16 de setembro de 2017.

ARAGÃO, Rodrigo Martins. **Usos Jornalísticos do Instagram: Aproximações a partir do JC Imagem**. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0922-1.pdf>>. Acesso em 16 de setembro de 2017.

O POVO ONLINE. **Especial de 20 anos**. Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/20anos/>>. Acesso em 16 de setembro de 2017.



O POVO ONLINE. **Especial de 90 anos.** Disponível em:
<<https://especiais.opovo.com.br/90anos/historia/>>. Acesso em 16 de setembro de 2017.

INSTAGRAM. **Our Story.** Disponível em: <<https://instagram-press.com/our-story/>>. Acesso em 16 de setembro de 2017.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA. **Relatório final.** Disponível em:
<<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em 10 de setembro de 2017.