

Jornalismo no Instagram Stories: Análise entre O Povo Online e Diário do Nordeste ¹

Laila NOBRE Paulino ²

José Riverson Araújo Cysne RIOS ³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Este artigo tem como objetivo compreender a forma como o jornalismo se apropria das redes sociais, especificamente como a ferramenta Instagram Stories é usada para a publicação de informação. Através de uma comparação entre os dados obtidos por outros autores acerca de como o jornal O Povo utiliza o Instagram Stories e das publicações do jornal Diário do Nordeste nesta mesma plataforma, pretende-se analisar o conteúdo publicado pelos dois jornais e apresentar suas particularidades, para identificar quais as semelhanças e diferenças, e concluir que existe um padrão nos tipos de postagens, o qual promove aproximação e interação entre o jornal e os seguidores/leitores.

PALAVRAS-CHAVES: Jornalismo; Instagram Stories; O Povo; Diário do Nordeste.

INTRODUÇÃO

A internet, que teve o seu surgimento na década de 60, trouxe inúmeras transformações para a sociedade. Ela pode ser considerada a tecnologia decisiva na era da informação pois é um grande fator de comunicação, integração social, armazenamento de informações de todos os tipos e globalização de produtos. De acordo com Dominique Wolton (2011), a internet é a única tecnologia em que a informação produziria sozinha um vínculo direto entre informação e ação, expressão e autoridade, sem ter dificuldade nem resistência. Ela é um dispositivo que permitiria, simultaneamente, a expressão, a interatividade, a demanda, a informação-serviço, a crítica e a autoridade, ou seja, a informação juntamente com a comunicação (WOLTON, 2011).

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: lailanobrepaulino@alu.ufc.br

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: riverson@ufc.br

Através do aprimoramento da internet, na década de 90 surgiram as redes sociais, que também trouxeram grandes mudanças na comunicação e no relacionamento entre as pessoas. Essas mídias sociais, como o Facebook, Instagram e Twitter, possibilitaram às pessoas uma maior forma de expressão e sociabilização. Esse novo meio de interação entre as pessoas, assim como os outros, vai além de simplesmente ser um canal de passagem de conteúdo, na verdade é um elemento importantíssimo determinante na comunicação.

Conforme a interpretação de Costa Filho (2014), o canadense Marshal McLuhan conclui que o meio é a mensagem, pois os espectadores podem ter experiências significativas para suas vidas, independente do conteúdo apresentado. Dessa forma, a recepção condicionada pelas tecnologias da comunicação é compreendida por McLuhan. Seguindo essa linha de tecnologismo, Pierre Lévy, um filósofo franco-senegalês, compreende a cibercultura, que é a cultura criada pela rede mundial de computadores, como promotora de laços sociais e de uma comunicação de todos para todos. Ele afirma que todos os processos sociais que a internet desenvolve condicionam as novas relações políticas, sociais e culturais (COSTA FILHO, 2014).

Com essa evolução da internet e das redes sociais, as pessoas passaram a buscar mais informações no meio online, o que levou o campo jornalístico a fazer algumas mudanças na forma de veicular as informações. Comparada aos jornais impressos, televisão e rádio, os veículos tradicionais, a internet possibilitou ao Jornalismo uma forma de publicação bem mais difusa, dinâmica e veloz, que o ajuda a cumprir melhor o seu propósito comunicacional.

Dentre as adaptações que o Jornalismo fez para as plataformas digitais, especialmente computadores e smartphones, o uso do Instagram é uma das que estão se tornando mais populares. Essa mídia digital vem sendo usada por muitos jornais, não só através de publicações no perfil, mas também da ferramenta Instagram Stories. Seis dos dez jornais mais mencionados na Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016 possuem perfil no Instagram e utilizam o Stories, são eles: O Globo, Folha de São Paulo, Extra, O Estado de São Paulo, Zero Hora e Diário Gaúcho.

No Ceará, o jornal O Povo e o Diário do Nordeste são uns dos que mais se destacam na atuação online. Nos últimos anos os dois jornais passaram a usar bastante o Instagram e também o Stories como local de publicação. O artigo *Jornalismo e Instagram Stories: O Caso do O Povo Online* (RODRIGUES, C; ROCHA, C;

RODRIGUES, R; 2018) faz uma análise das publicações do Stories do O Povo, onde observa as particularidades da utilização da ferramenta pelo jornal.

Este presente artigo tem como objetivo compreender a forma que o jornalismo se apropria das redes sociais, especificamente como a ferramenta Instagram Stories é usada para a publicação de informação. Pretende-se, através de uma comparação entre os dados do artigo sobre O Povo e das publicações do Instagram Stories do jornal Diário do Nordeste, analisar o conteúdo publicado pelos dois jornais e apresentar suas particularidades, para identificar quais as semelhanças e diferenças, e concluir se existe um padrão nos tipos de postagens.

1. INSTAGRAM E STORIES

O Instagram é uma das redes sociais mais usadas atualmente. Foi criado em outubro de 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, que são engenheiros de software. Seus principais objetivos iniciais eram permitir aos usuários que postassem fotos e vídeos e os compartilhassem em outras plataformas, como o Facebook, Twitter e Tumblr. Além disso o Instagram possui muitas outras ferramentas, como a edição de imagem, curtidas, comentários, seguir uns aos outros, explorar, marcação em fotos e vídeos, mensagens diretas, localização, e a mais recente delas que é o Instagram Stories.

O Instagram Stories foi lançado em agosto de 2016 com a proposta de permitir aos usuários compartilhar qualquer momento do dia, sem precisar mantê-lo no seu feed de perfil. A “história” de cada usuário fica num formato de apresentação de slides, e permanece visível por apenas 24 horas, mas com o novo recurso “destaque”, o usuário pode fixar qualquer “story” no perfil, permitindo que seja visualizado outras vezes.

Vários recursos são apresentados no Stories, como a possibilidade de responder a publicação com uma mensagem, foto ou vídeo, marcar outros usuários, colocar hashtags e localização, escrever textos com diferentes opções de fontes, desenhar, usar emojis, figurinhas, gifs, filtros, máscaras, além das opções de vídeos como o Boomerang, Superzoom, Rebobinar, Mãos Livres, e Ao Vivo.

Com o formato do Stories e a quantidade limitada de tempo, 10 segundos, torna-se necessário que os textos nas publicações sejam pequenos. O tamanho e o formato do próprio smartphone colaboram para que textos com muitos caracteres não sejam atrativos. Por isso é melhor o uso de textos curtos e objetivos, e mais relevante o uso de imagens e vídeos nas publicações, pois chamam mais atenção.

Figura 1: Selo de verificação da conta O Povo Online no Instagram.⁴



O POVO Online 
Site de notícias e mídia
Portal de notícias sobre Ceará, Brasil e Mundo.
Twitter: opovoonline 
VER TRADUÇÃO
www.opovo.com.br/
Avenida Aguanambi, 282 - Joaquim Távora,
Fortaleza, Brazil 60055-402

Figura 2: Selo de verificação da conta Diário do Nordeste no Instagram.⁵

Diário do Nordeste 
Jornal
Perfil oficial do jornal Diário do Nordeste. Direto.
Claro. Simples. Como toda informação deve ser.
WHATSAPP: (85) 98887.5065
VER TRADUÇÃO
diariodonordeste.com.br/
Rua Assis Chateaubriand, 400, Fortaleza, Brazil
60135-200

Contas oficiais de figuras públicas, celebridades, empresas e marcas globais, geralmente quando possuem mais de dez mil seguidores, recebem um selo de conta verificada. O Instagram permite que essas contas com selo de autenticidade adicionem links nas publicações do Stories, direcionando o usuário que clicar para uma nova página. O jornal O Povo e o Diário do Nordeste possuem contas verificadas, conforme pode ser visto na Figura 1 e na Figura 2. Esse recurso é bastante útil no Jornalismo, pois ajuda na divulgação de notícias.

2. INSTAGRAM STORIES: O POVO ONLINE

O Povo é o jornal mais antigo do Ceará, foi fundado em 1928, e em 1997 foi criado um site para a divulgação do material do jornal impresso. Em 2001 ele começou a criar conteúdo específico para a internet através do portal NoOlhar.com, e em 2006 foi criado o O Povo Online, que é a maior referência de notícias online no Ceará.

⁴ Fonte: Captura de tela do perfil @opovoonline no Instagram

⁵ Fonte: Captura de tela do perfil @diariodonordeste no Instagram

Nos últimos anos o jornal aderiu ao uso das redes sociais e criou o seu perfil⁶ no Instagram, onde a ferramenta Instagram Stories é bastante usada para publicações. Todos os recursos disponibilizados nesta ferramenta contribuem para que sejam elaboradas postagens que chamem mais atenção dos seus seguidores, e para que as notícias sejam compartilhadas de forma mais rápida, quase que instantaneamente, conforme o conceito do próprio jornalismo. José Marques de Melo (1991) afirma que:

O jornalismo configura-se contemporaneamente como uma atividade singular da indústria cultural, assumindo a feição de um processo contínuo, transparente e veloz, determinado pela atualidade. Tanto assim que os estudiosos europeus como Roger Clause não hesitam chamar o Jornalismo de processo de informação da atualidade. A sua especificidade está justamente na captação dos acontecimentos que ocorrem, bem como na sua transmissão incontinenti, imediata, a cidadãos sequiosos e curiosos por conhecer as novidades (MARQUES DE MELO, 1991, p.21).

Para analisar como o jornalismo tradicional tem se adaptado às novas tecnologias e formas de consumo da informação nas mídias digitais, C. Rodrigues, C. Rocha, e R. Rodrigues apresentam, por meio de um artigo, as características principais das postagens no Instagram Stories do O Povo. Como objetivo, eles pretendem “compreender como se dá a produção de jornalismo na plataforma, que se baseia na instantaneidade, e quais os recursos utilizados pelo veículo para se relacionar com os seguidores/leitores” (RODRIGUES, C; ROCHA, C; RODRIGUES, R; 2018).

De acordo com a análise feita, um dos principais objetivos do uso do Instagram Stories pelo O Povo é a divulgação das notícias publicadas em seu site oficial⁷, O Povo Online. Em cada story de notícia é apresentada uma imagem com a manchete e disponibilizado o link para que o usuário clique e seja redirecionado ao site, onde poderá ver a matéria completa.

O diferencial é que eles dividem as notícias em quadros. São eles “Giro na Redação”, “Destaques da Manhã” e “Destaques da Noite”, como pode ser visto na Figura 3 e na Figura 4. Nesses quadros, alguns repórteres de diferentes editorias aparecem em vídeos curtos de até dez segundos, apresentando manchetes e notícias curtas juntamente com o link para o portal do O Povo Online.

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/opovoonline/?hl=pt-br>. Acesso em 02/12/18.

⁷ Disponível em: <https://www.opovo.com.br/>. Acesso em 02/12/18.

Figura 3: Vinheta do Giro na Redação⁸



Figura 4: Quadro Destaques O Povo⁹



⁸ Fonte: Captura de tela do Instagram Stories do perfil @opovoonline

⁹ Fonte: Captura de tela do Instagram Stories do perfil @opovoonline

Conforme o artigo analisado:

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 (RODRIGUES, C; ROCHA, C; RODRIGUES, R; 2018).

Além desses quadros para a divulgação de notícias, O Povo também utiliza bastante o Stories para mostrar os repórteres na cobertura de eventos e outros acontecimentos em campo, e para fazer enquetes com perguntas relacionadas a alguma notícia, onde os seguidores votam e dão sua opinião sobre determinado assunto.

Depois de feita essa análise de conteúdo, foi possível concluir que através dessa tentativa de adaptação do jornal e investimento na plataforma Instagram, O Povo estava buscando atingir um novo público, diferente daquele que acompanha o jornal impresso e até mesmo o portal do O Povo Online. Através dos três quadros fixos apresentados no Instagram Stories, eles buscavam aproximar os seus seguidores da rotina da redação, com o uso não tão formal da linguagem pelos repórteres, que criava assim um ambiente de familiaridade, sociabilidade e interação entre o jornal e os seguidores/leitores do perfil.

Além do O Povo, outros jornais também utilizam o Instagram Stories para publicação. Para saber se os objetivos e os formatos das publicações são os mesmos, segue-se com a análise das publicações do jornal Diário do Nordeste.

3. INSTAGRAM STORIES: DIÁRIO DO NORDESTE

O Diário do Nordeste é um jornal brasileiro pertencente ao Sistema Verdes Mares, e tem sua sede na cidade de Fortaleza. Ele foi criado em dezembro de 1981, e é veiculado no jornal impresso, no site oficial Diário do Nordeste, e também está presente nas redes sociais, entre elas o Instagram.

Ele é um dos jornais mais populares do Ceará, com a tiragem auditada pelo IVC de 21.984 exemplares nos dias úteis e 24.743 exemplares nos sábados e domingos, é preferido por 8 em cada 10 leitores de jornal de Fortaleza. Assim como o jornal O

Povo, o Diário do Nordeste também usa o Stories em seu perfil¹⁰ do Instagram para a publicação e divulgação de notícias. Ele possui aproximadamente 599 mil seguidores em seu perfil e um total de 41988 publicações no feed.

Na utilização do Instagram Stories, o principal objetivo do jornal é divulgar as notícias publicadas em seu site oficial.¹¹ Esse site é organizado em sessões onde se encontram as editorias, os serviços e os projetos. Na sessão de editorias encontram-se as várias classificações dos tipos de notícia, de acordo com o tema sobre o qual ela fala. São elas: metro; política; verso; região; segurança; jogada; negócios; país; mundo; opinião; últimas.

Essas onze editorias são apresentadas não só no site, mas também no Instagram Stories, conforme a Figura 5. O jornal elabora imagens no formato do Stories que apresentam uma fotografia referente à notícia, a manchete, o link da matéria completa no site oficial, e uma identificação de qual editoria aquela notícia pertence, tendo uma cor diferente para cada uma delas, o que facilita para o seguidor/leitor saber a qual área se refere.

Figura 5: Notícia da editoria “verso”¹²



¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/diariodonordeste/?hl=pt-br>. Acesso em 02/12/18.

¹¹ Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/>. Acesso em 02/12/18.

¹² Fonte: Captura de tela do Instagram Stories do perfil @diariodonordeste

Figura 6: Cobertura de jogo de futebol em “story” e “ao vivo”¹³



Algumas matérias são apresentadas de forma diferente, para que venha a ter um destaque entre as outras. O jornal elabora uma imagem personalizada para fazer a publicação no Stories, como fez por exemplo com postagens sobre as Eleições 2018, dicas de destino de viagens, divulgação do seu canal do YouTube, e divulgação de matérias sobre o Enem, a quais se intitulavam de “Tira-dúvidas Enem” e utilizavam a hashtag “#DiáriorioEnem”.

O Diário do Nordeste também utiliza a ferramenta Stories para fazer a cobertura de eventos, como jogos de futebol, onde os seus repórteres vão até o local e fazem vídeos e fotos para compartilhar na plataforma, como pode ser visto na Figura 6. Ele também realiza transmissões ao vivo, com entrevistas ou comentários de repórteres sobre determinado assunto abordado em alguma matéria ou sobre algum evento recente.

Com essas novas estratégias de publicação, o jornal Diário do Nordeste busca aumentar o seu público, atingindo novas pessoas que estão mais presentes na rede social Instagram. Através desses recursos do Instagram Stories, ele procura transmitir suas notícias de forma mais direta, clara e simples, facilitando o entendimento da informação para todos aqueles que seguem o seu perfil.

¹³ Fonte: Captura de tela do Instagram Stories do perfil @diariodonordeste

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise dos dados e da comparação das publicações do O Povo e do Diário do Nordeste foi possível observar a adaptação do campo jornalístico para a rede social Instagram e como ocorre a apropriação da ferramenta Instagram Stories. Ambos os jornais apresentam na maioria das suas postagens o mesmo objetivo de divulgar as notícias do seu site oficial através da disponibilização de links. Eles utilizam dos mesmos recursos visuais para apresentar as notícias aos seguidores/leitores.

A maior diferença observada foi que o jornal O Povo realiza quadros diários para apresentar as principais notícias. Com a utilização de vídeos gravados pelos repórteres, o jornal consegue uma maior aproximação e interação com o público. Por ser transmitido de pessoa para pessoa e também diariamente, é gerado um maior interesse nos seguidores de estar acompanhando as notícias e a rotina da redação. O Diário do Nordeste não possui quadros fixos, a sua diferenciação está na apresentação das notícias identificadas pela editoria a qual pertence, facilitando para o seguidor/leitor visualizar rapidamente os conteúdos de seu maior interesse.

Os dois jornais realizam a cobertura de eventos e trazem informações de forma mais dinâmica através de vídeos com os repórteres, seja mostrando os principais acontecimentos em campo, comentando sobre determinado assunto, ou fazendo entrevistas em transmissões ao vivo. Eles utilizam as mesmas estratégias para compor suas publicações, aproveitando os recursos que o Instagram Stories oferece. A utilização de fotografias, vídeos e textos pequenos, são características presentes em ambos, o que serve como modelo de estrutura das postagens nessa plataforma.

Portanto, pode-se concluir que existe um padrão nos tipos de postagens, pois os dois veículos apresentam muitas semelhanças na forma de publicação. Tanto o jornal O Povo como o Diário do Nordeste buscam atingir novas pessoas nessa mídia social, e através do Instagram Stories eles conseguem ter mais visibilidade e promover uma maior interatividade com os seguidores/leitores, transmitindo as notícias com instantaneidade, dinamismo e com recursos mais atrativos, o que aumenta a aproximação com o público.

REFERÊNCIAS

COSTA FILHO, Ismar Capistrano. **Estudos de recepção: da dominação hipodérmica às mediações dos usos sociais**. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, João Pessoa/PB, 2014.

FOLHA DE S. PAULO. **As redes sociais da internet: a revolução na comunicação global**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/colunas/2014/11/1542517-as-redes-sociais-da-internet-a-revolucao-na-comunicacao-global.shtml>>.

FTPI NEGÓCIOS EM MÍDIA. **Diário do Nordeste**. Disponível em: <<http://ftpi.com.br/jornal/diario-do-nordeste/>>.

INSTAGRAM. **Our Story**. Disponível em: <<https://instagram-press.com/our-story/>>.

MARKETING DE CONTEÚDO. **Instagram: saiba tudo sobre esta rede social!** Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/instagram/>>.

MARQUES DE MELO, José. **Indústria Cultural, Jornalismo, Jornalistas**. Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação, Porto Alegre, 1991.

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

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>>.

RODRIGUES, Calebe; ROCHA, Caroline; RODRIGUES, Rafael. **Jornalismo e Instagram Stories: O Caso do O Povo Online**. XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Juazeiro/BA, 2018.

SIGNIFICADOS. **Significado de Internet – O que é, Conceito e Definição**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/internet/>>.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Tradução de Juremir Machado da Silva. 96 p. Porto Alegre: Sulina, 2011.

WIKIPÉDIA. **Diário do Nordeste**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Di%C3%A1rio_do_Nordeste>.