

## **Sentidos Produzidos Sobre as Transformações do Jornalismo em Publicações de Profissionais Cearenses na Plataforma Instagram<sup>1</sup>**

Rafael Rodrigues da COSTA<sup>2</sup>

Arine Dara de FIGUEIREDO da Silva<sup>3</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **RESUMO**

A presente pesquisa tem como objetivo investigar os sentidos postos em circulação pelos discursos de jornalistas na plataforma de rede social Instagram. A partir desse objetivo geral, indagamos o que os enunciados colocados em circulação por jornalistas nessa plataforma nos permitem inferir acerca das transformações estruturais do jornalismo, da própria imagem de si dos profissionais e também das visualidades (MIRZOEFF, 2016) mobilizadas pelas publicações. Este artigo deriva do projeto de pesquisa intitulado “Os sentidos produzidos sobre o jornalismo em publicações de profissionais cearenses na plataforma de rede social Instagram”, desenvolvido entre 2021 e 2022 no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), com apoio financeiro da Universidade Federal do Ceará. Para os fins desta investigação, que integra o referido projeto, enfatizamos os discursos sobre as mudanças no jornalismo produzidos pelos sujeitos cujos perfis foram observados. Acolhemos, como ponto de partida para esta investigação, que a miríade de enunciados disponíveis nas plataformas de redes sociais se inscrevem num contexto de dataficação (VAN DIJCK, POELL E DE WALL, 2018), vigilância (ZUBOFF, 2018) e ênfase no desempenho individual dos sujeitos (DARDOT E LAVAL, 2013; HAN, 2019). Ademais, compreendemos que o exercício do jornalismo é atualmente atravessado por uma crise multidimensional (CHRISTOFOLETTI, 2019), demandando respostas a curto, médio e longo prazo (FRANCISCATO, 2019<sup>4</sup>). Ainda a respeito desse cenário de crise, cumpre observar que muitas instituições jornalísticas, no afã de sobreviver à transferência da renda publicitária para a web, tiveram que adaptar seus modelos de negócios para se manter

---

1 Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

2 Professor do Curso de Jornalismo da UFC, email: [rafaelrg@ufc.br](mailto:rafaelrg@ufc.br).

3 Estudante de Graduação do 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UFC e bolsista de Iniciação Científica, email: [arinedara@alu.ufc.br](mailto:arinedara@alu.ufc.br).

4 Palestra proferida em 25 de junho de 2019, na Escola de Comunicações e Artes, na Universidade de São Paulo, durante o Seminário “Ainda é possível falar em Jornalismo?”, realizado pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA-USP).

relevantes em termos jornalísticos e sobreviver financeiramente, o que se deu, muitas vezes, às custas dos postos de trabalho dos jornalistas, originando assim os conhecidos “passaralhos”. Para Pithan, Kalsing e Gruszynski (2019, p. 04), esse tipo de prática corresponde ao que no mundo da gestão administrativa se denomina “*downsizing* ou enxugamento organizacional, reestruturação para tornar a empresa menor, com desempenho melhor e mais apta a sobreviver em um ambiente de alta competitividade: minorar custos e aumentar a produtividade”. Esse é apenas um dos elementos que caracterizam um panorama no qual afirmar-se jornalista implica lidar com um ofício em constante mudança, além das circunstâncias impostas pela pandemia da Covid-19 (FÍGARO et al, 2021). Ao tomar as plataformas da web não apenas como tecnologia de mídia, mas também como meios de produção (WILLIAMS, 2011), intentamos investigá-las, justamente, a partir de seu reconhecimento enquanto agentes das trocas sociais, uma vez que são apropriados por indivíduos e grupos sociais nas suas atividades cotidianas. Nesse sentido, as plataformas se apresentam como espaços de fluxos no qual a produção de sentidos, por meio da comunicação, ajuda a organizar a experiência dos indivíduos e grupos sociais. Compreendemos que a produção de sentidos é uma atividade que pressupõe a existência de enunciados com uma dada materialidade, a presença de agentes humanos e não-humanos e a ocupação de funções de sujeito (COSTA, 2016). A pesquisa se situa nos estudos de plataformas (D’ANDRÉA, 2020) e toma como referência conceitual o processo de plataformação (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2020) e suas implicações nas práticas comunicacionais, sobretudo sua incidência sobre discursos autorreferentes produzidos naquelas plataformas. Metodologicamente, a pesquisa se assume como qualitativa, com viés exploratório, e defende a triangulação de dados (DUARTE, 2009, JENSEN E JANKOWSKI, 1993) como estratégia possível para alinhar o exame das condições de produção dos enunciados na referida plataforma e os aspectos atinentes à sua materialidade, como as relações interdiscursivas estabelecidas entre eles. A plataforma selecionada para esta pesquisa é o Instagram, pertencente ao conglomerado de tecnologia Facebook. No Brasil, esta plataforma é uma das mais populares dentre os usuários de internet, sendo utilizada por 61% desses (NEWMAN et al, 2020). A escolha por essa plataforma se dá em virtude de sua centralidade na paisagem midiática contemporânea, que coloca em evidência a importância das imagens como artefatos comunicacionais de inequívoca

relevância cultural, sendo também uma espaço para negociações de visibilidade mediadas pelos algoritmos e outros atributos das plataformas (LEAVER, HIGHFIELD e ABIDIN, 2020; COTTER, 2018). Foram observadas contas pessoais de 10 jornalistas cearenses entre fevereiro de 2021 e fevereiro de 2022, e coletadas publicações, no feed dos perfis, que tematizassem de algum modo o jornalismo. Esses dados foram provenientes da observação direta (JACCOUD; MAYER, 2008) da dinâmica comunicacional na plataforma Instagram por meio de login dos pesquisadores em suas contas pessoais no aplicativo. Além disso, recorreremos à obtenção de dados em terceira pessoa, por meio de usuários do Instagram que foram agentes na técnica de coleta do tipo “bola de neve” (BALDIN; MUNHOZ, 2011), usada para a estruturação de um grupo diverso de informantes. Os resultados indicam que os sentidos produzidos pelos enunciados de jornalistas na plataforma de rede social Instagram parecem girar em torno da manutenção de fachadas profissionais, que frequentemente torna difusa a fronteira entre pessoal e institucional, convocando elementos de cenografias de desempenho (COSTA, SILVA, 2020) que enfatizam atributos como a individualidade, a positividade (HAN, 2019) e a competência, entre outros elementos da racionalidade neoliberal. Nesse sentido, Ao ressaltar seus desempenhos jornalísticos de forma positivada, os profissionais cujos perfis foram analisados alinham suas subjetividades com a postura de empreendedores de si mesmos e afastam-se de uma posição discursiva e ideológica de trabalhadores, historicamente situados em um polo material e discursivo distinto daquela do capitalista. Nesse sentido, cabe mencionar a investigação de Araújo e Lucas (2020), que constata a existência de fachadas heroicas e vulneráveis nas apresentações de si realizadas por jornalistas em contextos como o da pandemia da Covid-19 e o das transformações estruturais da profissão. O estudo realizado por Costa e Silva (2021, no prelo), sobre o fim da circulação impressa do jornal Diário do Nordeste, em fevereiro de 2021, sugere haver disputas de sentidos entre jornalistas cearenses que podem ser circunscritas em três campos semânticos: a) modernidade x tradição; b) coletivo x individual e c) adesão x distanciamento. Essas dicotomias persistem, de algum modo, nesta investigação, consolidando a percepção de que o pertencimento à profissão de jornalista, pelo menos num contexto local, se caracteriza por uma profusão de pontos de vista, muito mais estilizados que unitários, acerca dos valores e transformações da profissão.

**PALAVRAS-CHAVE:** discurso; plataformas de redes sociais; jornalismo; Instagram.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Mayara; LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. Heroísmo e saudades: fachadas de jornalistas cearenses durante a pandemia de Covid-19. 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** São Paulo, 2020. Disponível em:

<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2564/1489>. Acesso em: 10 mar. 2021.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira. M. Bagatin. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: **X Congresso Nacional de Educação (EDUCERE)**. Pontifícia Universidade Católica do Paraná: Curitiba, 7 a 10 de novembro de 2011.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Estação das Letras e Cores, Edição Kindle, 2019, Não Paginada.

COSTA, Rafael Rodrigues. **A interface como prática discursiva em redes sociotécnicas:** um estudo no YouTube. Tese (Doutorado em Linguística): Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

COSTA, Rafael Rodrigues; SILVA, Naiana Rodrigues. **O fim do impresso e a disputa de sentidos entre os jornalistas sobre a interrupção de circulação do jornal Diário do Nordeste.** 2021. No prelo.

COTTER, Kelley. Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. **New Media & Society**, 2019, 21(4), p. 895–913.  
<https://doi.org/10.1177/1461444818815684>

D'ANDRÉA, Carlos. **Estudando plataformas online.** Salvador: EdUFBA, 2020.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo:** ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DUARTE, Teresa. A possibilidade da investigação a 3: reflexões sobre triangulação (metodológica). In **CIES e-Working Papers**. Portugal, 2009. Disponível em <http://hdl.handle.net/10071/1319>. Acessado em 11 de janeiro de 2020.

FÍGARO, Roseli (coord.) **Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19... 1 ano e 500 mil mortes depois.** São Paulo: ECA-USP - Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço.** Tradução de Ênio Paulo Giachini, Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

JENSEN, Klaus Brun; JANKOWSKI, Nicholas W. (eds.). **Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas.** Barcelona, Bosch, 1993.

LEAVER, Tama; HIGHFIELD, Tim; ABIDIN, Crystal. **Instagram**. Cambridge: Polity Press, 2020.

JACCOUD, Mylène; MAYER, Robert. A observação direta e a pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa - enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 215-253.

MIRZOEFF, Nicholas. O direito a olhar. **ETD-Educação Temática Digital**, v. 18, n. 4, p. 745-768, 2016.

NEWMAN, Nic; FLETCHER, SCHULZ, Anne; ANDI; NIELSEN, Rasmus Kleis. **Digital News Report**, 2020. Reuters Institute; University of Oxford, 2020.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

PYTHAN, Liana Heygert; KALSING, Janaína; GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Demissões em massa e métricas de audiência: sintomas da gestão gerencialista nas empresas jornalísticas. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** São Paulo, 2019. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/1947/1252>. Acesso em: 10 mar. 2021.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society: Public values in a connective world**. Oxford University Press, 2018.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

ZUBOFF, Shoshanna. **The age of surveillance capitalism**. New York: PublicAffairs, 2018.