



Os stories como estratégia de vínculo com o leitor: um estudo dos principais jornais mineiros¹

Stories as a strategy for bonding with the reader: a study of the main newspapers in Minas Gerais

Carlos Renan Samuel Sanchotene²

Resumo: Busca-se estudar as estratégias desenvolvidas nos stories do Instagram dos principais jornais mineiros: *Jornal Estado de Minas*, *Jornal Agora*, *Jornal O Norte de Minas*, *Jornal Diário de Uberlândia*, *Jornal Diário do Rio Doce* e *Jornal Tribuna de Minas*. São discutidos aspectos teóricos sobre o jornalismo em processo de mediação, contrato, circulação e vínculo com o leitor. Foram coletados os stories de cada jornal ao longo de 1 mês, do dia 15 de maio a 15 de junho de 2023. Foram identificadas estratégias como atorização do jornalista, encadeamento midiático, autoreferencialidade, autoreflexividade, imagens de capa e participação do leitor. Conclui-se que os stories modificam a lógica da própria web, que conjugava memória, instantaneidade, hipertextualidade e interatividade.

Palavras-chave: Jornalismo; Instagram; Stories.

Abstract: It seeks to study the strategies developed in the Instagram stories of two main mining journals: *Jornal Estado de Minas*, *Jornal Agora*, *Jornal O Norte de Minas*, *Jornal Diário de Uberlândia*, *Jornal Diário do Rio Doce* e *Jornal Tribuna de Minas*. Theoretical aspects of day labor have only been discussed in the mediation process, contract, circulation and link with the reader. We have collected the stories of each newspaper over a period of 1 month, from May 15 to June 15, 2023. We have identified strategies such as journalist actorization, media encadeamento, autoreferencialidade, autoreflexivity, layer images and reader participation. I conclude that the stories modify

¹ Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM e ECA-USP.



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

the logic of the website itself, which combines memory, instantaneousness, hypertextuality and interactivity.

Keywords: Journalism; Instagram; Stories.

1. Introdução

O processo de midiatização pelo qual perpassa a sociedade constitui-se por atravessamento de lógicas e protocolos midiáticos que afetam campos sociais, sujeitos e ações (Verón, 2004) reformulando lógicas de contato, estabelecendo novos vínculos entre produção e recepção. Nesse contexto, o jornalismo é afetado pelo imediatismo e pela lógica interacional das mídias digitais, levando-os a construir e ofertar estratégias de contato com seus leitores.

Não se trata apenas de pretender observar como tais âmbitos funcionam enquanto dispositivos interacionais; mas sobretudo de perceber esse tipo de dispositivo como fortemente caracterizador da sociedade contemporânea – sugerindo que a sociedade está tentando desenvolver processos diversificados de autopercepção em termos comunicacionais (Braga, 2011).

A reflexão que prossegue aborda, especificamente, as estratégias desenvolvidas nos stories do Instagram dos principais jornais mineiros: *Jornal Estado de Minas*, *Jornal Agora*, *Jornal O Norte de Minas*, *Jornal Diário de Uberlândia*, *Jornal Diário do Rio Doce* e *Jornal Tribuna de Minas*. Foram coletados os stories de cada jornal ao longo de 1 mês, do dia 15 de maio a 15 de junho de 2023. Primeiro, refletimos sobre o jornalismo em processo de midiatização; em seguida, contrato, circulação e vínculo com o leitor; depois trabalhamos com a (re) invenção social dos dispositivos interacionais e por fim, os stories como elo de ligação e as estratégias dos jornais. Entre as quais, destacamos algumas operações como: atorização do jornalista, encadeamento midiático, autoreferencialidade, autoreflexividade, imagens de capa e participação do leitor.

2. Midiatização do jornalismo: contatos e vínculos em redes digitais



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

A especificidade do ofício jornalístico vem sendo redesenhada em função dos processos de midiatização na contemporaneidade. Stig Hjarvard (2012) ao refletir sobre os modos como a mídia molda novos padrões de interação, afirma que os meios de comunicação não são apenas tecnologias que as organizações, os partidos ou os indivíduos podem optar por utilizar – ou não utilizar – como bem entenderem.

Uma parte significativa da influência que a mídia exerce decorre do fato de que ela se tornou uma parte integral do funcionamento de outras instituições, embora também tenha alcançado um grau de autodeterminação e autoridade que obriga essas instituições, em maior ou menor grau, a submeterem-se a sua lógica (Hjarvard, 2012, p.54).

Nesse cenário, podemos observar novos padrões de construção discursiva da realidade que estão sendo instituídos a partir do uso das tecnologias convertidas em meio. Com a emergência de atores sociais convertidos em protagonistas das cenas discursivas, estes passam a atuar como cogestores/coprodutores dos processos comunicativos, pois movem-se pelas lógicas midiáticas, fazendo uso de técnicas, operações, estratégias e protocolos, atuando em um espaço e fazendo uso de ferramentas antes predominantemente operadas pelo campo jornalístico.

O novo contexto faz emergir outra esfera onde a emissão não é controlada. Sendo assim, com as possibilidades do fazer jornalístico em redes sociais digitais, a conversação torna-se potencializada e engendrada por uma dinâmica que envolve atores sociais (empresas jornalísticas e leitores) atuando de forma descentralizada, colaborativa e participativa. O que temos agora, por exemplo, com celulares conectados à internet e câmeras portáteis mais acessíveis, é o uso de ferramentas que permitem o *feedback* do leitor simultaneamente ao processo de edição jornalística. É devido ao protagonismo do leitor e sua conectividade constante, portanto, que os jornais de referência “mergulharam” no universo das redes digitais, desenvolvendo estratégias que visam garantir visibilidade, legitimidade, manutenção e atração de leitores.



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

A midiatização do jornalismo em redes digitais fez com que periódicos expandissem seus esforços em construir um contrato de leitura (Verón, 2004) para sustentar o vínculo com seu público. É importante sinalizar que os espaços de intervenção e participação do leitor são centrais para pensar os vínculos, uma vez que os modos como o jornal enuncia nesses espaços configuram um tipo de contrato.

Eliseo Verón apresentou o conceito em 1983 para designar o vínculo entre mídia e seus “consumidores”. Segundo o autor trata-se de um acordo tácito, cujos elementos são imaginários, mas necessários à efetivação do vínculo entre mídia e público, de modo a legitimar o laço que os une no tempo.

Contrato de leitura é como Verón (2004) denomina o dispositivo de enunciação, pensado a partir da imprensa escrita, pois todo suporte de imprensa contém o seu dispositivo de enunciação. De acordo com o autor, qualquer que seja sua natureza, as modalidades do dizer constroem e dão forma ao “dispositivo de enunciação”. Este dispositivo comporta:

1. A imagem de quem fala: chamaremos essa imagem de *o enunciador*. Aqui o termo “imagem” é metafórico; trata-se do lugar (ou dos lugares) que aquele que fala atribui a si mesmo. Essa imagem contém, portanto, a relação daquele que fala ao que ele diz.
2. A imagem daquele a quem o discurso é endereçado: o destinatário. O produtor de discurso não só constrói seu lugar ou seus lugares no que diz; fazendo isso, ele define igualmente seu destinatário.
3. A relação entre o enunciador e o destinatário, que é *proposta* no e pelo discurso (Verón, 2004, p. 217-218).

O autor ainda esclarece que enunciador e destinatário são *entidades discursivas* e que se deve distinguir o emissor “real” do enunciador e o receptor “real” do destinatário. Isso porque um mesmo emissor poderá construir enunciadores diferentes em discursos diferentes, conforme o alvo visado e pelo mesmo motivo construirá, cada vez diferentemente, o destinatário. Nesse sentido ele vai ao encontro do que diz Mouillaud (2002) ao apontar para o fato de que o dispositivo não comanda apenas a ordem dos enunciados, mas também a postura do leitor. Além disso, pode ser entendido



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

como um lugar de inscrição do texto que “tem uma forma que é sua especificidade, em particular, um modo de estruturação do espaço e do tempo” (Mouillaud, 2002, p.35). O autor destaca que o dispositivo não deve ser considerado apenas um suporte técnico por meio do qual os discursos jornalísticos são enunciados, pois também age orientando os modos de interpretação dos discursos que inscreve e influencia de maneira determinante os vínculos estabelecidos entre os receptores e o conteúdo discursivo.

Com relação ao jornalismo, Fausto Neto (2008), reflete sobre os aspectos da midiatização sobre o próprio campo das mídias tendo como fundamento a análise dos próprios discursos jornalísticos. Para o autor, a analítica da prática jornalística apresenta-se principalmente sob quatro aspectos:

- 1) Transformações da “topografia jornalística”, como espaço “organizador de contato”;
- 2) A autorreferencialidade do processo produtivo;
- 3) A autorreflexividade sobre seus fundamentos teóricos;
- 4) Transformação do *status* do leitor (Fausto Neto, 2008, p. 97).

O primeiro diz respeito às transformações da topografia jornalística como espaço organizador de contato se refere à atividade crescente do jornalismo em falar sobre seus ambientes e seus profissionais. O segundo aspecto trata-se da autorreferencialidade do processo produtivo. “Não se trata mais de falar para o leitor, apontá-lo a realidade construída, ou dizer que sabe ou que «soube antes», mas relatar como faz para dizer que «sabe antes...»” (Fausto Neto, 2008, p. 98). O terceiro refere-se a “autorreflexividade posta em ato”. Esta perspectiva estaria associada a um modo de teorização sobre o jornalismo, uma maneira de discutir tomadas de decisões discursivas e os próprios contratos de leitura empregados para o relacionamento com o leitor. O quarto aspecto diz respeito as “estratégias de protagonização do leitor”, cuja lógica dominante prevê uma espécie de diluição entre as fronteiras entre produtores e receptores, e mesmo de “zonas de pregnancies” que os aproximaria, na medida em que os receptores são



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

crescentemente instalados no interior do sistema produtivo, enquanto co-operadores de enunciação.

Nesse sentido, acreditamos que as tecnologias convertidas em meios de comunicação podem ser consideradas a instância explicativa deste fenômeno, uma vez que o desenvolvimento do jornalismo digital possibilitou ferramentas para esta aproximação. Além disso, novos dispositivos como os stories do Instagram rearticularam lógicas, processos, produtos e metodologias de produção de mensagens.

3. A (re)invenção social dos dispositivos interacionais

Ao refletirmos sobre as redes digitais e, especificamente, o jornalismo nesse contexto, consideramos que os episódios comunicacionais ocorrem sempre “pré-moldados” pelos processos sociais mais amplos em que se desenvolvem – e que deveriam igualmente ser examinados em contexto, para não perdermos a complexidade de suas vinculações. Braga (2010) vai explicar que o contexto mais amplo e mais geral em que podemos inscrever todo e qualquer processo interacional corresponde ao ambiente das instituições sociais – que caracterizam o “historicamente dado”, no qual todo o social se elabora. Outro contexto abrangente de inscrição necessária dos processos comunicacionais é o das linguagens acionadas para a interação.

Ao estudarmos um processo comunicacional em constante mutação, aqui apreendido pelos stories, é preciso percebê-lo como um fenômeno distinto e que representa um objetivo de conhecimento fundamental.

Estudando as mídias, estamos observando instituições e linguagens comunicacionais em vias de constituição. E este é o ângulo (ou o objeto) que solicita, para além dos aportes sociológicos ou lingüísticos, perguntas que só podem ser feitas no âmbito de uma disciplina que se volte expressamente para a compreensão dos fenômenos comunicacionais enquanto constituidores de regras institucionais através das estratégias que produzem (Braga, 2010, p.43).



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Assim, sintetiza-se a importância dos estudos no campo da comunicação e, principalmente, a relevância de análises sobre processos comunicacionais que constituem instituições e linguagens. Para o autor, as instituições, por suas regularidades (“maneiras de fazer simbolizadas e sancionadas”), já expressam diretamente sentidos sociais. “Embora as regras sociais possam ser expressas, não são regras porque sejam ditas – e sim porque praticadas” (Braga, 2010, p.44).

Na comunicação tratamos de processos constitutivos por transformação. O que é reconhecido como “instituição” é tomado frequentemente por seus aspectos formalizados (por codificação ou por longa prática) – âmbito em que as regras são dadas como estabelecidas. Para Braga (2010), parece mais produtivo focar dispositivos interacionais devido a sua diversidade e a flexibilidade, como é o caso, por exemplo, dos stories, pois nele a invenção e a tentativa devem ser mais perceptíveis. “Os dispositivos articulam, próximos das situações de uso de códigos e normas, os processos de ordenação social e as disposições ‘de linguagem’ – funcionando como seu âmbito operador de interações” (Braga, 2010, p.49).

Os dispositivos sócio-técnicos funcionam como dispositivos interacionais, caracterizando as possibilidades relacionais entre os participantes que, por sua vez, vão dando forma tendencial aos dispositivos. Dentro de um determinado dispositivo, cada episódio comunicacional segue as “regras”. “Não é ‘a mídia’, enquanto tecnologia, veículo ou empresa, que se caracteriza como dispositivo interacional – mas sim subconjuntos de regras e práticas habituais, apenas parcialmente determinados por estas instituições abrangentes (Braga, 2010, p.50).

O Instagram mantém vínculos muito claros com seu passado midiático recente, afirmando-se cada vez mais como um dispositivo que converge plataformas, ferramentas e formas de comunicação que já estavam no ciberespaço, como por exemplo, blogs, redes sociais e outros espaços de interação online. Assim, o Instagram retoma, transforma e adapta novas lógicas interacionais.

Deste modo, podemos apreender que as “regras” em redes digitais vão adquirindo “forma” na medida em que os usos e práticas se intensificam, ou seja, são



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

praticadas e, conseqüentemente, regularizadas. A seguir, apresentamos a metodologia e, em seguida, as estratégias de contato e vínculo nos stories dos principais jornais mineiros.

4. Metodologia

A descrição dos contratos implica a eleição de certos modos de acesso e de leitura do material jornalístico dos stories, ou seja, considerar a unidade físico-discursiva do dispositivo como objeto junto ao qual o analista realiza seus processos observacionais. Embora leve em conta seus próprios procedimentos, adquire, contudo, hábitos de leitura mais universais pelos quais os leitores se baseiam para conhecer as disposições e as intenções do jornal nas suas estratégias de contato. Uma delas, por exemplo, é considerar a estrutura desses stories como um dispositivo que se propõe a estabelecer uma forma de elo entre o mundo do jornal com a comunidade dos leitores.

Os stories são uma ferramenta de armazenamento temporário onde imagens e vídeos permanecem por 24 horas disponíveis para a visualização de seguidores de um perfil no Instagram. O Snapchat, que surgiu em 2011, é o aplicativo pioneiro na publicação dessa ferramenta que foi incluída na rede social em 2013. “O recurso Stories foi crucial para o Snapchat ganhar popularidade entre os internautas, alcançado, no final de 2014, mais de 74 milhões de usuários” (Alves, 2018, p.81).

Em 2016 a funcionalidade stories é lançada no Instagram. Segundo Alves (2018), a ferramenta consegue resultados positivos, chegando a ultrapassar o número de usuários do Snapchat em abril de 2017. “Quando completou um ano de funcionamento, em agosto de 2017, o número de usuários no mundo marcava os 700 milhões, dos quais 250 milhões o utilizam diariamente” (Alves, 2018, p.82).

No campo do jornalismo, Alves (2018) problematiza que a notícia é compreendida como algo efêmero, e a internet potencializa a memória do jornalismo. Assim, a efemeridade e a memória caminharam juntas, mesmo que tensionadas. “Apesar de o conteúdo jornalístico ter caráter passageiro, transitório e durável, através



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

da memória, o mesmo conteúdo é eternizado para que o público tenha acesso sempre quando for necessário” (Alves, 2018, p.82).

Contudo, o autor explica que aplicativos de mídias sociais de imagens instantâneas surgem com uma proposta que tende a quebrar o paradigma das relações de temporalidade e memória no jornalismo, quando apropriados por esse. Tais aplicativos intensificam o caráter efêmero de seu conteúdo e excluem, quase que completamente, a memória, uma das principais características da mídia digital. Por conta dessas características, são também conceituadas como mídias sociais efêmeras.

Assim, apresentamos algumas estratégias desenvolvidas nos stories do Instagram dos principais jornais do Estado de Minas Gerais. Foram considerados os jornais com maiores números de seguidores² de cada região mineira: Jornal Estado de Minas (capital), Jornal Agora (região oeste), Jornal O Norte de Minas (região norte), Jornal Diário de Uberlândia (Triângulo mineiro), Jornal Diário do Rio Doce (Vale do Rio Doce) e Jornal Tribuna de Minas (Zona da Mata). Os exemplos trazidos na análise foram coletados ao longo de 1 mês, do dia 15 de maio a 15 de junho de 2023. Todos os stories foram coletados e salvos através da ferramenta Story Saver.

5. Estratégias de contato e vínculo com o leitor

Apresentamos, a seguir, algumas estratégias identificadas nos stories dos seis jornais analisados. Trata-se de uma observação em que foram escolhidas postagens representativas de cada estratégia identificada. Por meio dessa observação, destacamos algumas como: atorização do jornalista, encadeamento midiático, autoreferencialidade, autoreflexividade, imagens de capa e participação do leitor.

² Jornal Estado de Minas (318 mil seguidores), Jornal Agora (56 mil seguidores), Jornal O Norte de Minas (4.811 mil seguidores), Jornal Diário de Uberlândia (50,2 mil seguidores), Jornal Diário do Rio Doce (31 mil seguidores) e Jornal Tribuna de Minas (133 mil seguidores). Os dados foram coletados no dia 02 de maio de 2024.



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

5.1 Atorização do jornalista

Na figura 1, a seguir, mostramos três exemplos de como ocorre a atorização do jornalista. O primeiro exemplo mostra a jornalista do jornal Agora, em stories publicado no dia 08 de junho, explicando sobre as celebrações de Corpus Christi na cidade de Divinópolis. Outro exemplo, trata-se de um estagiário do jornal Tribuna de Minas, em stories do dia 15 de maio, narrando sobre paralisação de motoristas de aplicativo em Juiz de Fora. O terceiro exemplo foi postado no dia 27 de maio pelo jornal Estado de Minas, e a jornalista comenta sobre a violência nos estádios de futebol.

O jornal Agora apresenta um link que direciona o leitor para uma notícia no jornal digital e, em seguida, marca o perfil da jornalista. Assim, há um protagonismo da profissional que tem sua rede social divulgada junto aos leitores. Em Tribuna de Minas também há um link que direciona o leitor para o site do veículo. Já em Estado de Minas, não há links direcionados o leitor para o site ou para o perfil na rede social da jornalista, contudo o veículo privilegia o vídeo com audiodescrição para pessoas com deficiência.

Figura 1 - Atorização do jornalista



Fonte: Stories dos jornais Agora, Tribuna de Minas e Estado de Minas



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Um dos efeitos gerados pelo processo de midiatização de campos e atores sociais, impulsionados por novas condições de circulação de discursos (Fausto Neto, 2008) transforma o trabalho de mediação jornalística para o de *atorização do jornalista*. Trata-se de uma lógica que aponta a performance do ator, pois como observa Luhmann (2005), para que o observador possa observar as operações, ele próprio tem de ser uma operação. Assim, emerge uma autoria desnuda de procedimentos da cultura jornalística, ou seja, o exercício jornalístico passa a repousar no relato de sensações pessoais (Sodré, 2006).

5.2 Encadeamento midiático

Segundo Jenkins (2008), a convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. Nesse sentido, destacamos uma operação, o *encadeamento midiático* como uma das características presentes nos stories. A figura 2, a seguir, mostra dois exemplos do jornal Diário do Rio Doce. À esquerda, observamos que os stories da notícia publicada no dia 01 de junho de 2023 são acompanhados de outros dispositivos do mesmo veículo. Ou seja, o jornal direciona o leitor para outras redes sociais como Facebook, Instagram e TikTok. À direita, os stories do dia 02 de junho de 2023, mostra os bastidores do telejornal Balanço Geral exibido pela TV Leste, afiliada da Record TV. Ou seja, mídia impressa e mídia televisiva fazem parte do Sistema Leste de Comunicação.

Figura 2 – Encadeamento midiático



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)



Fonte: Stories do jornal Diário do Rio Doce

Percebemos, com isso, que o jornal utiliza os suportes técnicos discursivos para agregar e inter-relacionar conteúdos, dinamizando seus dispositivos de contato com o leitor, mas mantendo-os dentro do seu sistema (Luhmann, 2005). Podemos apreender, neste caso, que o sistema opera via acoplamento estrutural em uma relação de interpenetração resultando no desenvolvimento mútuo dos sistemas. Segundo Luhmann (2005), a interpenetração não indica apenas uma intersecção de elementos, mas sim uma contribuição mútua para que haja uma constituição seletiva desses elementos, que levam à intersecção. Como esta relação é de acoplamento estrutural, cada um dos sistemas (stories, programa televisivo e perfis em redes sociais) permanece como ambiente dos stories, representando um suporte de estrutura. Ou seja, um é ambiente do outro, um penetra no outro. Tal reflexão denota os modos como a instituição jornalística dinamiza seu ambiente discursivo em processos de convergência, buscando não perder a fidelização com os leitores.



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

5.3 Autoreferencialidade

Destacamos a *autoreferencialidade* como um tipo de estratégia que constitui-se na produção de discursos autoreferenciais sobre o processo produtivo. Na figura 2, a seguir, trazemos exemplos do jornal Agora (08/06/2023) e do jornal Estado de Minas (24/05/2023). No jornal Agora os stories mostram os bastidores de uma entrevista realizada pela jornalista e no jornal Estado de Minas, um stories que comemora premiação internacional concedida ao veículo pela arte da capa do veículo impresso.

Figura 3 - Autoreferencialidade



Fonte: Stories dos jornais Agora e Estado de Minas

Os efeitos dessas operações visam destacar a existência do “jornalismo personagem”, cuja chamada de atenção contempla sobre si mesmo, enfatizando apenas a enunciação nas quais se engendram suas performances (Fausto Neto, 2008). A



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

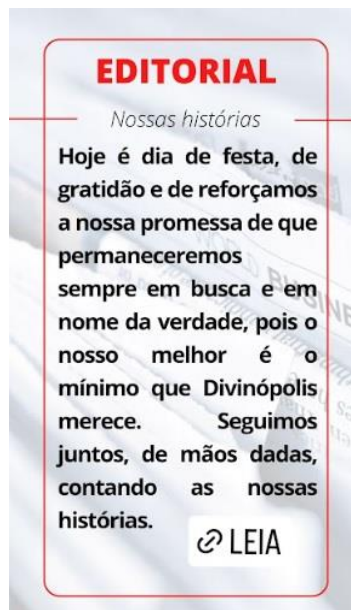
Vol. 1, N. 6 (2024)

autoreferencialidade também pode ser identificada quando a mídia passa a se referir às suas próprias operações. Ou seja, o ato de autoreferenciar tentaria recobrir o que ficaria de fora das rotinas de produção, ou seja, trata-se de uma tentativa de chamar o seu consumidor para si convidando-o para fazer parte do seu mundo, conhecendo que mundo é este.

5.4 Autoreflexividade

Destacamos uma outra estratégia, a *autoreflexividade*. Para ilustrar esse tipo de vínculo, a imagem 3, a seguir, foi postada nos stories do jornal Agora no dia 01 de junho de 2023. No exemplo, o destaque vai para o editorial do veículo que, em comemoração ao aniversário de 52 anos do jornal, leva-o a refletir sobre seu papel junto ao público leitor. E, ainda, dispõe de um link que direciona o leitor ao site para que ele possa ler o editorial completo.

Figura 4 - Autoreflexividade



Fonte: Stories do jornal Agora



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Nesse sentido, o seu contrato define-se por uma estratégia didática na qual aliará concisão e seleção, processos a serem monitorados pela existência de uma estrutura mediadora – o filtro – que não só atuaria como “guardião do contato” (Fausto Neto, 2008) entre estruturas produtoras e receptoras, mas também operaria como um dispositivo de seleção/interpretação de acontecimentos compatíveis com a noção de um leitor presumido.

5.5 Capas dos jornais

Destacamos, por fim, uma estratégia utilizada por alguns jornais: a postagem de *imagens de capa* dos periódicos. Tal estratégia não é utilizada com muita frequência e nem todos os veículos adotam tal recurso. Contudo, ilustramos, a seguir, alguns exemplos nos stories de Tribuna de Minas (09/06/2023) e O Norte de Minas (13/06/2023).

Figura 5 – Capas dos jornais



Fonte: Stories dos jornais Tribuna de Minas e O Norte de Minas



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Os jornais, ao publicarem suas imagens de capa, convidam o leitor, chamando sua atenção para o conteúdo interno da publicação, ou seja, instiga o consumo. “A capa pode *mostrar* de um modo simultaneamente condensado e preciso a natureza do contrato.” (Verón, 2004, p.221). Nesse sentido, ao publicar as imagens de capa, os leitores sentem-se atraídos para comprar o exemplar. Percebemos, nos stories, que não há nenhum tipo de link que direciona o leitor para o site, ou seja, apenas mostram suas capas. O contrato poderia ser mais complexificado se houvessem outros recursos interativos.

5.6 Participação do leitor

A *participação do leitor* é uma das estratégias destacadas, pois surge como efeito desses processos de midiatização em que instituições jornalísticas estão, cada vez mais, dinamizando seus ambientes, se valendo de distintas estratégias de contato com o público, convocando-os a participar efetivamente da cena discursiva e deslocando-os para outros ambientes como uma de suas marcas mais destacadas. A figura 5, a seguir, mostra dois exemplos: nos stories do jornal Tribuna de Minas do dia 15 de junho de 2023, em que o veículo questiona o leitor sobre festa junina solidária em Juiz de Fora e nos stories de Diário de Uberaba do dia 24 de maio de 2023 em que o veículo busca relatos dos leitores sobre problemas enfrentados nos bairros. Assim, o leitor é convidado a participar enviando suas respostas por meio da caixa de perguntas.

Figura 5 – Participação do leitor



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)



Fonte: Stories do jornal Tribuna de Minas e Diário de Uberlândia

Nos exemplos acima, observamos operações que convocam leitores a compartilhar com o jornal alguma informação. Como observa Fausto Neto (2008), há uma questão de fundo que não pode ser dissimulada e que, de alguma forma representa, o lado mercadológico dessas estratégias, e que diz respeito ao impasse apresentado pelo próprio modelo comunicacional. De acordo com o autor, se os meios têm autonomia para manejar estratégias interativas estimuladas pela convergência, isto não quer dizer que o processo comunicacional se faça através de situações efetivamente de homogeneização. Ou seja, a interação entre produção e recepção é caracterizada por inevitáveis desajustes, na medida em que nenhum discurso pode controlar um outro discurso, mesmo que estabeleça, previamente, os efeitos estimados em relação à sua recepção. A mudança do contrato, com a inclusão do leitor no âmbito do próprio dispositivo, significa que ele passa a se constituir num cogestor de operações de sentido,



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

na medida em que passa a jogar o jogo ofertado cujas regras não podem ser desprendidas.

6. Considerações finais

É importante sinalizar que os processos de midiatização frente ao cenário das redes sociais digitais, em específico o *Instagram*, tem feito com que o jornalismo e, também, a academia, revise suas dinâmicas discursivas e discuta sobre os fenômenos sociotécnicos atuais. É nesse sentido que buscamos tensionar os postulados pensados no início da década de 80, principalmente por Eliseo Verón, a respeito do contrato de leitura. A noção de estratégia discursiva de um determinado jornal modela os modos como a mídia se vincula com seu público (Verón, 2004). Por isso, torna-se importante analisar os jornais nesse cenário efervescente das redes digitais, pois em um universo noticioso em que a oferta é quase a mesma, as estratégias enunciativas é que vão construir a personalidade de cada periódico de modo a construir um vínculo com seu leitorado.

Em relação ao campo do jornalismo, Soster (2007) aponta que reconfigurações estão ocorrendo nos processos e rotinas jornalísticas, uma vez que a internet ao amalgamar o sistema midiático-comunicacional, dá forma, de um lado, ao próprio sistema à medida que interliga os dispositivos por meio de uma rede, mas também, provoca um deslocamento, por exemplo, das instituições jornalísticas e do lugar discursivo que tradicionalmente ocupavam. Assim, o jornalismo não opera mais a partir de uma estrutura hegemônica, dentro de uma noção de axioma. Mas sim, desloca-se e passa a produzir conteúdos em um sistema rizomático, ou seja, o jornalismo imerso na complexidade da sociedade midiatizada se percebe frente a desafios que o faz reformular seus processos de produção e imediatamente passa a afetar os processos de reconhecimento.

Nesse sentido, acreditamos que os contratos de leitura diante do cenário apresentado são praticamente instáveis já que estamos tratando de processos



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

comunicacionais constitutivos por transformação (Braga, 2010). Por outro lado, observamos mudanças nas relações entre produtores e leitores, visto que as interações entre eles estariam sendo submetidas a uma diluição de fronteiras, ou seja, cada vez mais os leitores estariam sendo convidados a estar no interior do sistema produtivo, coparticipando, de alguma maneira, dos discursos jornalísticos. Como efeito dessas lógicas, os leitores estão cada vez mais perambulando por diversas mídias e rompendo zonas de fidelização, depositando sua “confiança” em distintos veículos jornalísticos.

Através da análise percebemos que os meios jornalísticos se adaptam às lógicas dos dispositivos e das demandas sociais instaurando protocolos e táticas de contato. Identificamos algumas estratégias como: atorização do jornalista, encadeamento midiático, autoreferencialidade, autoreflexividade, imagens de capa e participação do leitor.

Por meio disso, verificamos distintas formas utilizadas pelas organizações jornalísticas para evitar que o seu leitor se perca em “pontos de fuga” (Fausto Neto, 2008). Com o objetivo de que o público se identifique com eles, buscam criar experiências que transcendem o consumo de notícias e informação. Desse modo, visam atrair e manter a audiência, gerando um sentimento de coprodução e cumplicidade. Os stories também modificam a lógica da própria web, que conjugava memória, instantaneidade, hipertextualidade e interatividade (Palacios, 2014).

Referências

ALVES, Yago Modesto. **Jornalismo em mídias sociais de imagens instantâneas: as narrativas jornalísticas em formato de stories no Snapchat e Instagram**. 2018. 167 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2018.

BRAGA, José Luiz. La política de los internautas es producir circuitos. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio (Org.) **Las políticas de los internautas**. Buenos Aires: Editora La Crujia, 2011.

_____. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. **Revista Alceu**, v. 10 - n.20 - p. 41 a 54 - jan./jun. 2010.



Anais de Artigos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Revista Matrizes**, v. 1, p. 89-105, 2008.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, n. 2, v. 5, jan/jun., 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo, Aleph, 2008.

LUHMAN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice; Porto, Sérgio Dayrell (Org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 2002.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014.

SODRE, Muniz. **As estratégias sensíveis**. Petrópolis: Vozes, 2006.

SOSTER, Demétrio. Jornalismo midiatizado: a mídia na frente do espelho. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio; PICCININ, Fabiana. (orgs.) **Metamorfoses Jornalísticas: formas, processos e sistemas**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.