

A vida é um Story: Aplicando a Análise da Comunicação Narrativa de Motta (2013) na pesquisa com Stories no Instagram¹

LIMA, Kassandra²

LACERDA, Juciano³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

As narrativas midiáticas contemporâneas são múltiplas e multiformes. Os novos formatos, no caso particular do Instagram *Stories*, potencializam outras possibilidades de narrativas, para além daquelas conhecidas pela mídia tradicional. Contudo, que métodos nos possibilitariam abarcar a diversidade das narrativas compartilhadas nos *Stories*? O objetivo deste artigo é, portanto, apresentar a Teoria e Análise da Narrativa de Motta (2013) como um caminho para realizar a leitura das narrativas midiáticas produzidas no espaço dos *Stories*. Em uma revisão bibliográfica, detalhamos os sete movimentos narrativos desenvolvidos pelo autor e como resultado estruturamos um quadro analítico com a aplicação da Teoria e Análise Narrativa de Motta (2013) para a investigação com os *Stories* do Instagram.

PALAVRAS-CHAVE: Narrativa; Instagram; Influenciadores Digitais; Mídia Social; *Stories*.

Introdução

A discussão proposta neste artigo surge das inquietações metodológicas encontradas em tese desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Ppgem/UFRN). Diante de um objeto múltiplo e multiforme, que são os *Stories* do Instagram, após uma exaustiva busca, recorremos à Teoria e Análise da Narrativa de Motta (2013) para auxiliar na leitura de nossos dados. Identificamos, então, a lacuna que há no intercâmbio de conhecimentos entre a análise narrativa e as expressões midiáticas da internet, em nosso caso específico, o *Instagram Stories*.

Motta (2013), ao propor a sua análise pragmática da narrativa, elabora a partir da narratologia⁴ um modelo de leitura para os objetos comunicacionais, e considera para isso

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (Ppgem/UFRN). E-mail: kassandramlopes@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Ppgem/UFRN e do Departamento de Comunicação Social da UFRN, e-mail: juciano.lacerda@gmail.com.

⁴ “A narratologia é a teoria da narrativa e os métodos e procedimentos empregados na análise das narrativas humanas. É, portanto, um campo de estudo e um método de análise das práticas culturais” (MOTTA, 2013, p. 71).

também as expressões narrativas da internet. O eixo de sua Teoria e Análise está além dos produtos analisados, para buscar compreender a relação entre os interlocutores, principalmente “analisar como as pessoas compreendem, representam e constituem argumentativamente o mundo através dos atos de fala narrativos intersubjetivos” (Motta, 2013, p. 129).

O objetivo deste artigo é, portanto, apresentar, através de uma revisão bibliográfica, a Teoria e Análise da Narrativa de Motta (2013), composta por sete movimentos narrativos, sugerindo a aplicação do método para a pesquisa na Comunicação Digital, especificamente com o Instagram *Stories*.

1) O Instagram *Stories*

Fundado por Kevin Systrom e Mieke Krieger, em 2010, o Instagram foi criado com o intuito de ser uma mídia social⁵ para compartilhamento de imagens. O crescimento vertiginoso do Instagram chamou a atenção de outras empresas de tecnologia do Vale do Silício, mas quem conseguiu comprar a empresa (e consequentemente a mídia social) foi Mark Zuckerberg, CEO do Facebook. A compra foi avaliada em 1 bilhão de dólares, a partir de então, o Instagram tornou-se propriedade do Facebook, assim como anos depois, em 2019, a mídia social de mensagens instantâneas Whatsapp.

Na última década, uma série de funcionalidades foram adicionadas ao Instagram, destacando-se: a introdução dos vídeos e das Direct Messages (DM), em 2013; a expansão do formato de fotos de quadrada para retangular, em 2015; ainda em 2015, os mini vídeos conhecidos como Boomerangs; o lançamento dos *Stories* e Lives, em 2016; os efeitos de Realidade Aumentada (AR), em 2017; uma plataforma de vídeos (IGTV), em 2018; um sistema de e-commerce, em 2019; o Reels, em 2020; e o sistema de organização de conteúdo denominado Guias, também em 2020.

⁵ O objetivo deste artigo não é adentrar nos conceitos de rede social, mídia social, plataforma ou canais digitais, visto que o espaço seria inviável. Contudo, teoricamente acreditamos ser a abordagem de mídia social mais pertinente à esta discussão. A partir do pensamento de Recuero, Bastos e Zago (2020, p.29-30), a mídia social é um “fenômeno emergente, que tem início com a apropriação dos sites de rede social pelos usuários. Essa apropriação, que horizontaliza ainda mais os processos de comunicação, dá outra força ao papel dos nós da rede” (Recuero; Bastos; Zago, 2020, p. 29-30). Ao abordarmos o Instagram, referimo-nos, assim, à uma mídia, em suas dimensões de conteúdo e objeto (Silverstone, 2011, p. 239). Ou seja, “ambas (conteúdo e objeto) referem-se a um caráter fundamental do meio como meio de comunicação que envolve ao mesmo tempo a institucionalização e a materialização” (Couldry; Hepp, 2020, p. 51).

O formato *Stories* popularizou-se com o surgimento do Snapchat, criado em julho de 2011, por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown. “O jeito mais rápido de compartilhar o momento”: dessa forma, a empresa se apresenta em seu site oficial. Nesta mídia, os usuários eram convidados, através de recursos visuais e escritos, a compartilhar e falar em até 60 segundos sobre aspectos do seu cotidiano com o uso de filtros e a certeza de que seus relatos estarão disponíveis por um período de 24 horas.

A narração da vida no formato *Stories*, implantada pelo Snapchat, atraiu a atenção do Facebook, que é proprietário do Instagram e do Whatsapp. Em 2016, a função *Stories* foi adicionada à mídia social. Logo em seguida, também o Whatsapp, Facebook e Messenger receberam a mesma função. Nesta funcionalidade é possível criar vídeos, fazer fotos com auxílio de filtros, compartilhar postagens do *Feed*, tendo a certeza que os registros desaparecerão após 24h, podendo ser armazenado em pastas – localizadas no perfil da conta – chamadas de Destaques.

O Instagram *Stories* é um formato essencialmente narrativo, uma vez que é sequencial e temporal. Além disso, reconhecendo a narrativa como uma sucessão de fatos (Motta, 2013), percebemos que, dessa forma, os *Stories* utilizam-se deste mesmo fim: a sucessão. Contudo, a narrativa aqui analisada está inserida nos territórios da Comunicação Digital, sofrendo assim o impacto da midiatização (Sodré, 2002, 2014, 2021; Hjarvard, 2015; Hepp, 2014; Couldry; Hepp, 2020).

No prosseguimento de pesquisa de tese desenvolvida no Ppgem/UFRN, definimos um *corpus*: os *Stories* de oito influenciadoras digitais em Natal (RN). O Instagram não apresenta uma publicização periódica de seus dados, sejam eles os números da empresa ou a socialização das estatísticas de contas vinculadas à mídia social. O que se observa, portanto, são algumas listas informais na internet a partir de números selecionados manualmente ou através de *softwares* na rede como, por exemplo, quantidade de seguidores.

Em uma rápida busca pelo Google, através das palavras “influenciadores digitais em Natal RN”, em primeiro lugar há um texto do site Colina Tech⁶, com o seguinte título: “Quem são os maiores influenciadores digitais em Natal?”. Consideramos, desse modo,

⁶ Disponível em: <https://www.colinatech.com.br/influenciadores-digitais-em-natal>. Acesso em 15 de ago. 2023.

ser essa lista o ponto de partida para a composição da amostragem de pesquisa de doutorado desenvolvida no Ppgem/UFRN.

O número de influenciadores digitais é crescente. De acordo com FRIER (2021, p. 15), “menos de 0,0001% dos usuários do Instagram tem mais de 1 milhão de seguidores. Na escala maciça do Instagram, 0,00603% equivale a mais de 6 milhões de instacelebridades (sic), tendo a maioria chegado à fama por meio do próprio aplicativo”. Denominar-se ou receber o título de influenciador digital não está restrito à presença nas mídias sociais. Segundo Karhawi (2020), é preciso percorrer uma jornada de influência que consiste em: 1) produção de conteúdo; 2) consciência temática e temporal dessa produção; 3) manutenção de relacionamento por meio de trocas na rede; 4) destaque e/ou autoridade em uma comunidade. “Ou seja, a influência é consequência de um processo” (Karhawi, 2020, p. 210).

A escolha pela influência digital não é casual. O objetivo desta pesquisa é realizar uma investigação sobre o Instagram *Stories*, e para isso, precisamos de um grupo de indivíduos que utilize diariamente a funcionalidade. Outro aspecto de pesquisa também se percebe nessa escolha, uma vez que as contas de influenciadores digitais são públicas, permitindo – de acordo com o Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (CEP/UFRN), esse tipo de investigação com seres humanos.

Portanto, voltando aos influenciadores digitais selecionados. Dos perfis relacionados no site Colina Tech, optamos por iniciar a nossa amostragem com quatro deles. Recorremos, então, a uma amostragem não-probabilística, por bola de neve, chegando a seis perfis, divididos em categorias (moda, corpo, humor, gastronomia, decoração e beleza). Contudo, no início da nossa observação não-participante, constatou-se que apenas quatro dos perfis listados utilizavam assiduamente o Instagram *Stories*.

Prosseguiu-se, assim, em uma segunda amostragem por bola de neve, a partir das quatro contas de influenciadores digitais restantes, totalizando por fim oito perfis. A pesquisa, em uma inspiração etnográfica (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), acompanha há três anos (2021, 2022 e 2023) os perfis dessas influenciadoras digitais.

2) Teoria e Análise da Narrativa de Motta (2013)

Para compreender o pensamento de Motta (2013) é fundamental partir de suas interpretações sobre o que é a narrativa. O autor afirma que a palavra-chave da narrativa

é sucessão. Assim, ao suceder fatos, o ato de narrar ocupa-se a diversos fins, além dos tradicionais conhecidos na Literatura, podendo dessa maneira atravessar outros formatos – como aqueles praticados na Comunicação. A narrativa fia-se, portanto, a partir de uma experiência enraizada no próprio agir humano, ampliando suas vertentes de estudo para além das áreas da Língua.

Na filosofia do pensamento de Motta (2013) estão a hermenêutica e a fenomenologia. Mesmo reforçando as bases sólidas da narratologia estruturalista, Motta (2013) afasta-se deste viés, para repensar a narratologia a partir de uma ótica fenomenológica, em que “permite perceber as narrativas em sua essência e em suas relações” (Motta, 2013, p. 123). Mesmo assim, a Teoria e Análise da Narrativa “procura ser empírica e rigorosa, afastando-se da pura intuição” (Motta, 2013, p. 123). A análise proposta por Motta (2013) também é uma técnica hermenêutica, “uma técnica de interpretação dos discursos a respeito de uma realidade constituída de fenômenos concretos e abstratos” (Motta, 2013, p. 124).

Mas onde encontramos as lacunas para compreender a Comunicação a partir da narrativa? Motta (2013, p. 78) advoga por uma “narratologia” como “um ramo das ciências humanas que estuda os sistemas narrativos no seio das sociedades”, o que inclui deste modo as experiências narrativas na Comunicação. Em outro momento, Motta (2013, p. 9) afirma que a narrativa é um modo de expressão universal, “que atravessa o jornalismo, o cinema, a telenovela, a fotografia, a publicidade, o conteúdo das novas mídias, etc” (Motta, 2013, p. 9). Sobre isso, o autor explica:

Essa nova narratologia, à qual me filio, dedica-se ao estudo dos processos de relações humanas que produzem sentidos através de expressões narrativas, sejam elas factuais (jornalismo, história, biografias, manifestações orais, por exemplo) ou ficcionais (romances, contos, cinema, telenovelas, mitos). Procura entender como os sujeitos sociais constroem intersubjetivamente seus significados pela apreensão, representação e expressão narrativa da realidade. A produção cultural de sentidos é, portanto, um fato prévio que implica e engloba essa nova narratologia (Motta, 2013, p. 79).

Motta (2013, p. 79) prossegue seu argumento afirmando que essa nova narratologia “não se reduz mais às expressões ficcionais, não é um ramo da teoria literária” (Motta, 2013, p. 79), de modo que inclui “todas as produções do ser humano cuja qualidade essencial é o relato de uma sucessão de estados de transformação e cujo princípio organizador do discurso é o contar” (Motta, 2013, p. 79). Portanto, a

narratologia adquire um caráter multidisciplinar. Ela perde o seu traço de análise imanente, limitada ao texto, e cresce para situar-se ao nível das relações culturais, dos atos da fala em contexto, aos usos pragmáticos da linguagem em situações e sociedades culturalmente localizadas (Motta, 2013, p. 81).

Há uma distinção entre os dois tipos de narrativa, as factuais e as imaginárias. As factuais estão relacionadas ao mundo real, já às imaginárias ao mundo criado. Contudo, ambas são “atividades miméticas (imitativas) das ações humanas, metáforas da vida, e guardam com o referente empírico uma relação mais ou menos íntima, dependendo da intenção de verdade de cada uma delas” (Motta, 2013, p. 89).

As narrativas midiáticas podem ser tanto fáticas quanto fictícias ou ainda híbridas, a depender da intencionalidade de seus narradores, bem como dos formatos adquiridos. Antes de cair nos vieses estruturalistas, o que orienta Motta (2013, p. 91) aos analistas de narrativa é que “o mais importante aqui é observar que a forma narrativa está muito mais na mídia do que se imagina” (Motta, 2013, p. 91). Por isso, o autor nos fornece um caminho para a análise da comunicação narrativa:

Na análise da mídia precisamos colocar o foco no processo de comunicação narrativa, na atitude e na posição do narrador, em suas intencionalidades e estratégias, seu papel mediador, nos dêiticos e implicaturas, nos efeitos de sentido e em outros aspectos do processo integral de comunicação narrativa – e não apenas com o produto, como faz a narratologia literária cujo foco permanece ainda na obra e nas suas estruturas imanentes (Motta, 2013, p. 92).

Por esse modo, ao propor a sua teoria e análise da narrativa, o autor não está preocupado com a obra fechada, mas com o processo de comunicação narrativa. Pontuando claramente, que em sua perspectiva ampliada de narratologia, a análise em comunicação narrativa ocupa-se com o estudo do enunciado, “um elo entre dois interlocutores que se envolvem em uma co-construção narrativa do mundo” (Motta, 2013, p. 11).

O autor considera sete movimentos narrativos em sua metodologia de análise: a intriga, a lógica do paradigma narrativo, os episódios, a revelação do conflito dramático, os personagens, as estratégias argumentativas e as metanarrativas. É importante salientar, que mesmo com a definição desse roteiro de análise, “cada análise de comunicação narrativa segue um caminho próprio e individual” (Motta, 2013, p. 133).

3) Procedimentos operacionais da Análise Narrativa de Motta (2013)

a) 1º movimento – Compreender a intriga como síntese do heterogêneo

No primeiro movimento, Motta (2013) recorda o conceito de intriga de Ricoeur (1983, 1994, 1995, 1999, 2007), que é o agenciamento dos fatos, a fim de compreender “a força aglutinadora da intriga na expressão narrativa, capaz de colocar compreensivamente junto o que antes estava separado” (Motta, 2013, p. 140). Para isso, o analista precisa ler e reler tal narrativa, com o objetivo de “conhecer os encadeamentos básicos e os contornos” (Motta, 2013, p. 140). Neste movimento, o autor propõe que o pesquisador reúna as partes, com a finalidade de perceber o enredo como agente organizador da narrativa.

Em narrativas abertas ou fluidas, como as narrativas jornalísticas ou mesmo as narrativas digitais, o analista precisa estabelecer um marco inicial e final, fazendo, em alguns casos, opções de cortes nas sequências. Diante deste primeiro movimento, caberá então observar, decompor e recompor a sintaxe da narrativa, “é preciso descobrir as relações de solidariedade (relações lógicas cronológicas) que vão construindo no enredo a partir das relações relatadas” (Motta, 2013, p. 141). Motta (2013) ainda abre uma ressalva para os diários abertos das mídias sociais:

Por isso, no caso da análise da narrativa jornalística, das narrativas digitais dos *orkuts* e *facebooks*, ou de outras narrativas fluidas, abertas e relativamente inconclusas como costumam se apresentar muitas narrativas pós-modernas da indústria cultural, será preciso reconstituir respectivamente a totalidade da estória. Se os fatos ainda estão em andamento, como acontece na narrativa jornalística ou nos diários abertos das redes sociais, pode ser necessário esperar que a estória se conclua e se constitua como unidade. Toda narrativa tem princípio, meio e fim, e assim precisa ser compreendida e analisada (Motta, 2013, p. 140).

Estabelecer o início, o desenvolvimento e o final do enredo é um trabalho primordial para o analista, principalmente tratando-se de narrativas fluídas. Por isso, sugere o autor a criação de um resumo-síntese, que é uma “espécie de sinopse do enredo, destacando os pontos de virada, episódios, conflitos, papéis de cada personagem e tudo o que parece relevante na configuração da intriga” (Motta, 2013, p. 145). O resumo-síntese também é conhecido pelos roteiristas como *Storyline*, contudo é esse um recurso utilizado antes da história ser produzida, já o analista o usará “como um passo metodológico a fim

de obter um grau de controle maior sobre o conjunto do enredo e distinguir com clareza como se entrelaçam os planos da enunciação narrativa” (Motta, 2013, p. 145).

b) 2º movimento – compreender a lógica do paradigma narrativo

Se no primeiro movimento, o analista deteve-se à essência do objeto, a estória, agora a atenção recairá sobre “a articulação interna das partes, à lógica do paradigma narrativo, suas exigências, caminhando cada vez mais fundo rumo à essência da narrativa” (Motta, 2013, p. 71-147). Para isso, o autor considera mais uma vez a obra de Paul Ricoeur (1983, 1994, 1995, 1999, 2007), principalmente acerca da intriga e da lógica, interpretada por Motta (2013, p. 147-148) como, “o elo entre a ética (o mundo real) e a estética (o mundo imaginário)” e “a conexão de uma ação ou sequência por causa da outra, não uma depois da outra (conforme Aristóteles); está no encadeamento lógico, verossímil, possível” (Motta, 2013, p. 147-148), respectivamente. Portanto, intriga e lógica articulam-se desse modo, explicado pelo autor:

A universalidade da intriga deriva de sua ordenação, a qual constitui a sua completude e a sua totalidade. A intriga engendra tais universais quando a estrutura da ação repousa sobre a articulação interna à ação e não sobre acidentes internos. Compor a intriga é fazer surgir o universal do singular, o necessário ou verossímil do episódico (MOTTA, 2013, p. 148).

Então, como operacionalizar o segundo movimento no objeto? Motta (2013) retoma o pensamento estruturalista, principalmente através de Barthes (1971) e Todorov (1970), para mencionar as sequências-tipo, que são sequências seguidas por uma lógica estruturante e não apenas marcadas temporalmente, “ainda que o tempo possa coincidir com o ciclo de projeções que presidem uma espécie de plano lógico subjacente à organização da intriga” (Motta, 2013, p. 154). Contudo, Motta (2013) simplifica o processo de nomeação das sequências-tipo em sua análise narrativa:

Retomando de maneira crítica e cautelosa os rastros deixados por esses autores, recomendo ao analista atribuir nomes às sequências de seu objeto de análise para que elas representem momentos ou episódios mínimos significativos. Barthes (1971) observa que as microsequências são sempre nomeáveis (luta, traição, sedução, contrato etc.), nomeações estas de responsabilidade do analista. A lógica relativamente fechada que estrutura uma sequência, diz ele, está indissolúvelmente ligada ao seu nome, ao nome que ela faz surgir (a partir da visão do analista). Nada há de arbitrário nisso, completa Barthes, pois ler é nomear, com o que estou de acordo (MOTTA, 2013, p. 154).

Prosseguindo no segundo movimento, Motta (2013) apresenta dois aspectos importantes na observação de sua análise pragmática, que são o suspense e os dêiticos. É, por isso, relevante identificar e observar a funcionalidade dos episódios de suspense em algumas narrativas, com a finalidade de compreender a intencionalidade do narrador, já que o “retardamento (como estratégia textual) cria tensão e gera expectativas, captura e conduz o receptor, estabelece um tipo de comunicação singular entre narrador e destinatário” (Motta, 2013, p. 156).

Os dêiticos são marcadores de espaço e tempo, que, segundo Motta (2013, p. 158), têm “uma importância situacional definidora do sentido”. Desse modo, a sugestão do autor é a construção de uma linha temporal ou organograma, por parte do analista, a fim de “identificar os principais pontos de virada, que demarcam cada episódio até o desfecho” (Motta, 2013, p. 159).

Resumidamente, Motta (2013) salienta que sua análise pragmática narrativa considera três situações de comunicação: o cotexto (dêiticos, gestos, posturas, entonação, ritmo, ponto de vista do narrador, enquadramentos etc.), o contexto cultural (cultura compartilhada, memória social, hierarquia na recepção etc.) e as interpretações sugeridas pelo texto. Desse modo, são: o texto, o cotexto e o contexto.

c) 3º movimento – deixar surgirem novos episódios

A partir da sugestão apontada por Motta (2013) nos movimentos acima, de realizar um breve resumo síntese das narrativas, levantam-se assim episódios. Para o autor, os episódios são:

Unidades temáticas narrativas intermediárias, semanticamente coesas, que relatam ações ou conjuntos de ações relativamente autônomas e correspondem às transformações e progressões no transcorrer da estória, conectadas ao todo, no qual significativamente se inserem (Motta, 2013, p. 160).

A indicação de Motta (2013) para os episódios é a mesma para as sequências-tipo: a nomeação. Ainda, segundo ele, os episódios podem ser estáticos, quando não há mudanças de estado, ou dinâmicos, quando acontece uma sucessão ou transformação.

d) 4º movimento – permitir ao conflito dramático se revelar

Passadas as identificações da sequência-tipo e dos episódios, o autor sugere que o analista irá progredir a partir de então nos sentidos da narrativa, identificando o conflito ou conflitos dramáticos da estória. Para Motta (2013, p. 167), o conflito é fundamental,

uma vez que “é o frame cognitivo (enquadramento, perspectiva, ponto de vista) através do qual o narrador organiza a difusa e confusa realidade que pretende relatar” (Motta, 2013, p. 167).

Independentemente do tipo ou gênero, o conflito é encontrado em toda narrativa, já que ele dispõe das ações e personagens na história. A pergunta que o próprio autor faz é: por que é importante identificar e destacar o conflito dramático e os conflitos da narrativa em análise?

Vamos repetir: porque o conflito (de interesses, de posições, psicológico, etc.) funciona como um frame cognitivo que estrutura o enredo da narrativa, aglutina os acontecimentos isolados em sínteses compreensíveis (o que chamo neste livro de projeto dramático). Ao identificar os conflitos o analista poderá perceber de que maneira o narrador coloca estrategicamente personagens uns contra os outros e tece astuciosamente as intrigas, a fim de manter a narrativa aquecida e atraente para o destinatário (Motta, 2013, p. 172).

e) 5º movimento – personagem: metamorfose de pessoa a persona

Na análise pragmática de Motta (2013, p. 175), o personagem assume a centralidade da narrativa. “Sugiro aos analistas interessados focalizar em suas análises empíricas o conflito e as personagens dramáticas que o protagonizam: concentrar-se no plano da história (sem prescindir nunca do plano do discurso” (Motta, 2013, p. 175). Outros pontos de observação da personagem são caracterização e correferência. Aquilo que Motta (2013) quer deixar claro, especificamente nestes pontos, é que o personagem é uma estratégia comunicativa do narrador.

Portanto, na análise narrativa será preciso investigar as personagens como escolhas do projeto dramático de um sujeito narrador que faz opções argumentativas, procurando envolver o destinatário. Motta (2013) continua sua argumentação fazendo uma ressalva sobre a personagem jornalística, que mesmo ela – instituída materialmente de uma pessoa real – é também uma personagem.

A observação da personagem jornalística também recai sobre a observação do analista, que segundo o autor, precisa estar ciente, que mesmo quando investiga narrativas fáticas – esse é o caso desta pesquisa – o analista não está analisando a realidade, mas uma representação dela. Advém, desse modo, ressaltar que a personagem não é apenas uma construção do texto e do seu autor, mas uma reconstrução do receptor – movimento chamado por Motta (2013) de coconstrução.

f) 6º movimento – as estratégias argumentativas

Nenhuma narrativa é ingênua. Esse é o alerta pretendido por Motta (2013, p. 196) no penúltimo movimento de sua análise pragmática da narrativa. Por isso, caberá ao analista observar os movimentos pretendidos pelo narrador. “Toda narrativa é argumentativa. Quer atrair, seduzir, envolver, convencer, provocar efeitos de sentido” (Motta, 2013, p. 196).

Motta (2013, p. 196) argumenta que toda narrativa é “um permanente jogo entre os efeitos de real (veracidade) e os efeitos de sentido (a comoção, a dor, a compaixão, a ironia, o riso, etc.), mais ou menos exacerbados pela linguagem dramática”. Então, são sobre essas duas pistas, os efeitos do real e os efeitos estéticos de sentido, a serem buscadas pelo analista nas narrativas. Os efeitos do real são a forma de, com recursos da linguagem, apresentar os fatos como se estivesse falando por si mesmos. Muito usual no Jornalismo, algumas estratégias como citações, identificação sistemática de lugares e instituições, referencialidade temporal e dêiticos são bastante utilizados para produzir os efeitos do real.

O outro tipo, os efeitos de sentido, são inúmeros a fim de produzir sentidos poéticos ou metafóricos para mover o receptor através da retórica dos estratagemas narrativos. Motta (2013) explica melhor:

A linguagem narrativa é por natureza dramática e sua retórica é tão ampla e rica quanto a arte em geral. Intencionalmente ou não, gera nos receptores inúmeros efeitos de sentido poéticos e simbólicos. Esses efeitos catárticos suscitam estados de espírito diversos: surpresa, espanto, perplexidade, medo, compaixão, riso, deboche, ironia, etc. Eles promovem a identificação do leitor com o narrador, humanizam os fatos brutos, e possibilitam sua compreensão como dramas e tragédias humanas (MOTTA, 2013, p. 203).

g) 7º movimento – permitir às metanarrativas aflorar

Por fim, no último movimento analítico da narrativa pragmática de Motta (2013, p. 209), o objetivo aqui é descobrir o fundo moral e ético por trás da estória. “Alcançamos com esse último movimento o nível da cultura, das significações mais profundas, do plano moral, ético e simbólico, percorrendo todo o círculo hermenêutico” (Motta, 2013, p. 209). Nas palavras do autor, há mitos espalhados profundamente nas narrativas que nos circundam, sejam elas fáticas ou fictícias, são verdades como “a individualidade precisa ser respeitada, o crime não compensa, a corrupção tem de ser punida, o trabalho enobrece, a família é um valor supremo, a nação é soberana e assim por diante” (Motta, 2013, p. 209), que estão instaladas nos discursos dos narradores e perpetuam assim pela história.

4) Aplicação dos movimentos narrativos na pesquisa com *Stories*

Diante daquilo que foi exposto até aqui, sobre a Teoria e Análise da Narrativa de Motta (2013), a proposta abaixo (Quadro 1) considera os sete movimentos narrativos do autor em uma aplicação na pesquisa com o Instagram *Stories*.

Quadro 1 – Aplicação da Análise da Comunicação Narrativa de Motta (2013) na pesquisa com *Stories* no Instagram

Movimento Narrativo	Etapas de análise	Aplicação na Pesquisa com o Instagram <i>Stories</i>
1º movimento (Compreender a intriga)	Delimitar o início e fim do enredo, criando um resumo-síntese dos episódios.	Definir o início e fim das narrativas abertas do Instagram <i>Stories</i> .
2º movimento (A lógica do paradigma narrativo)	Ordenar e encadear, em uma linha de tempo, os episódios.	Salvar e organizar temporalmente os episódios com auxílio de uma ferramenta digital.
3º movimento (Episódios)	Identificar e nomear os episódios.	Criar um sistema de identificação e nomeação temática dos episódios.
4º movimento (Revelação do conflito dramático)	Reconhecer o conflito dramático.	Identificar qual conflito dramático cada ‘personagem’ cria em seus <i>Stories</i> no Instagram.
5º movimento (Personagens)	Definir os personagens da narrativa.	Analisar que personagens surgem nos <i>Stories</i> analisados.
6º movimento (Estratégias argumentativas)	Distinguir os efeitos do real e efeitos estéticos do sentido.	Investigar a linguagem narrativa adotada nos <i>Stories</i> analisados distinguindo os efeitos do real e efeitos estéticos do sentido.
7º movimento (as metanarrativas)	Descobrir o fundo moral e ético da narrativa.	Reconhecer qual a intencionalidade das narrativas produzidas no grupo pesquisado.

No 1º movimento, definimos o início e o fim das narrativas analisadas. No 2º movimento, consideramos salvar e organizar temporalmente os episódios com auxílio de uma ferramenta digital. No 3º movimento, criamos um sistema de identificação e nomeação temática dos episódios.

Já no 4º movimento, identificamos qual conflito dramático cada “personagem” cria em seus *Stories* no Instagram. No 5º movimento, analisamos os personagens que surgem nos *Stories*. No 6º movimento, investigamos a linguagem narrativa adotada, distinguindo os efeitos do real e efeitos estéticos do sentido. Por fim, no 7º movimento,

reconhecemos a intencionalidade das narrativas construídas nos *Stories* do grupo analisado.

O quadro analítico (Quadro 1) avalia a teoria de cada movimento narrativo, apresentando as etapas práticas desta análise, bem como a respectiva aplicação para a pesquisa com o Instagram *Stories*. Percebendo que “cada análise de comunicação narrativa segue um caminho próprio e individual” (Motta, 2013, p. 133), a Teoria e Análise da Narrativa de Motta (2013) nos fornece os instrumentos para a leitura das narrativas midiáticas produzidas nos *Stories* do Instagram.

Com o quadro acima, alguns resultados surgem. A partir do primeiro movimento narrativo, em que o analista precisa delimitar o início e o fim do enredo, demarcamos temporalmente os episódios das narrativas analisadas como as últimas 24 horas disponíveis no Instagram *Stories*. O tempo de um dia é o limite dado pelo Instagram para que os *Stories* sejam disponibilizados no perfil, caso não fiquem salvos na seção “Destaques”. Nestes episódios identificamos uma diversidade de temas, mas há uma concentração de relatos pessoais, atrelados a espectros de Publicidade.

Em nossa pesquisa de tese, os episódios, as sequências de 24 horas de *Stories*, são salvos e armazenados através da extensão do Google Chrome *Stories App for Instagram*. Cada *Story* é nomeado ordinalmente, com a finalidade de preservar a sequência publicada pela influenciadora digital. Percebemos, ainda, que cada influenciadora irá criar o seu próprio conflito dramático movido por individualidades, interesses específicos e/ou públicos a serem atingidos. Com relação aos personagens, levanta-se a reflexão de que ao criarem as suas narrativas diárias, as influenciadoras digitais tornam-se personagens dos seus próprios *Stories*, podemos dizer que são ‘personagens de si’. Além disso, orbitam nestas mesmas narrativas outros “atores” (SIBILIA, 2016), sobressaindo a presença de familiares, como filhos e cônjuges.

Considerações Finais

A Teoria e Análise da Narrativa de Motta (2013) certamente merece uma exposição mais aprofundada, como também, os efeitos do método em pesquisa de tese desenvolvida no Ppgem/UFRN. Por isso, pretendemos trazer essa discussão de modo detalhado no texto final do nosso trabalho. O quadro analítico acima é um indício da capacidade de reprodução da Teoria e Análise de Motta (2013) em outras investigações.

Por fim, compreendemos o Instagram *Stories* como uma narração moderna e midiaticizada da vida, em que se ascendem episódios e personagens de uma narrativa vivida e compartilhada em 24 horas.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, R. et. al. **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 1971.
- COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **A construção mediada da realidade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2020.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- FRIER, Sarah. **Sem filtro** - Os bastidores do Instagram: como uma startup revolucionou nosso estilo de vida. São Paulo: Planeta Estratégia, 2021.
- GANCHO, C. V. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 1998.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- HEPP, Andreas. As configurações comunicativas dos mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, São Paulo, s/v, n. 1, jan./jun., 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82930/85964>. Acesso em: 12 nov. 2021.
- HJARVARD, Stig. Da mediação à midiaticização: a institucionalização das novas mídias. Tradução Lívia Silva de Souza. **Parágrafo**, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 51-62, 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331/339>. Acesso em: 12 nov. 2021.
- KARHAWI, Issaaf. **De blogueira a influenciadora**: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira. Porto Alegre: Sulina, 2020.
- RECUERO, Raquel; BASTOS, Marcos; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2020.
- RICOEUR, Paul. **Interpretação e ideologias**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1983.
- RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. São Paulo: Papyrus, 1994. (Tomo I).
- RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. São Paulo: Papyrus, 1995. (Tomo II).
- RICOEUR, Paul. **Historia y narratividad**. Barcelona: Paidós, 1999.
- RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Campinas: Unicamp, 2007.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil**: mídia, iliberalismo e finanças. Petrópolis: Editora Vozes, 2021.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TODOROV, T. **A estrutura da narrativa**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

MARCONI, Eva Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.