

Quando os Estudos Narrativos Tocam a Prática Narrativa na Câmara de Parnamirim (RN)¹

Kassandra Merielli Lopes Lima²

Maria Aparecida Ramos da Silva³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar um relato de experiência de como os saberes teóricos-metodológicos desenvolvidos em tese defendida por Lima (2023) no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Ppgem/UFRN) encontram a prática das atividades laborais na Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal de Parnamirim (RN), tendo como exemplo o produto Câmara em 1 Minuto, publicado no Instagram @camaraparnamirim. Exploramos a constituição dos episódios e personagens, a partir do modelo desenvolvido pela autora (2023), em uma aplicação da Análise da Comunicação Narrativa de Motta (2013).

PALAVRAS-CHAVE: Narrativa; Instagram; Redes Sociais; Comunicação Pública; Estudos da Mídia.

INTRODUÇÃO

Para onde emerge o saber apreendido em uma tese de doutorado, realizada no período de cinco anos? As possibilidades são inúmeras. Mas, no caso desta, denominada “*Storycização: a prática de construção narrativa de influenciadores digitais em Natal (RN) no Instagram Stories*”, desenvolvida junto ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Ppgem/UFRN), um dos ambiente diretamente impactados foi a comunicação institucional da Câmara Municipal de Parnamirim, no Rio Grande do Norte (RN).

Para além do ponto de encontro da comunicação midiática, que intersecciona as duas realidades - os estudos da mídia e a comunicação legislativa - há sobretudo uma pesquisadora que, no desenvolvimento de sua pesquisa, também se torna servidora

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho de Teorias e Tecnologias da Comunicação (GTNE24), evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Doutora em Estudos da Mídia (Ppgem/UFRN) e jornalista na Câmara Municipal de Parnamirim, e-mail: kassandramlopes@gmail.com.

³ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e jornalista na Câmara Municipal de Parnamirim, e-mail: cida.amos@camaraparnamirim.rn.gov.br.

pública. Entendendo, por esse modo, que os saberes não podem ser aprisionados, ou quiçá mantido em caixas, a teoria e a metodologia encontram a prática na construção de uma comunicação narrativa também na Câmara de Parnamirim.

Lima (2023), em seis capítulos, entrelaça os Estudos Narrativos aos Estudos da Comunicação, visitando a Teoria e Análise da Comunicação Narrativa de Motta (2013) para construir uma aplicação desta metodologia analítica em uma investigação com o Instagram *Stories*. Ao descentralizar os Estudos Narrativos da Narratologia, o autor (2013) amplia a visão de narrativa, para além de uma teoria, assumindo uma *práxis*. “Todos os povos, culturas, nações e civilizações se constituíram narrando. Construímos nossa biografia e nossa identidade pessoal narrando. Nossas vidas são acontecimentos narrativos” (Motta, 2013, p. 17).

A narrativa, como eixo de investigação, deixa de pertencer apenas aos mundos das Letras, Semiótica e Linguagem. “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” (Lima, 2023, p. 94). Por isso, Motta (2013) nomeia sua Teoria e Análise da Comunicação Narrativa também de Análise Pragmática da Narrativa.

Mas onde encontramos a possibilidade de compreender a Comunicação a partir dos Estudos Narrativos? O autor (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).

Lima e Lacerda (2023), em artigo anterior, detalham a Análise Pragmática da Narrativa do autor (2013), apresentando além de sua teoria, os procedimentos metodológicos de sua aplicação analítica. Ao todo, são sete os movimentos narrativos: 1º movimento narrativo: compreensão da intriga; 2º movimento narrativo: a lógica do paradigma narrativo; 3º movimento narrativo: episódios; 4º movimento narrativo: revelação do conflito dramático; 5º movimento narrativo: personagens; 6º movimento narrativo: estratégias argumentativas; e 7º movimento narrativo: as metanarrativas.

Os procedimentos operacionais da análise pragmática possibilitam uma interpretação das narrativas que estão para além da ficção, podendo - por exemplo - ser aplicados às narrativas factuais. Motta (2013) considera as narrativas midiáticas 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”.

Considerando, assim, as aplicabilidades da Teoria e Análise da Comunicação Narrativa de Motta (2013) para os formatos comunicacionais, Lima (2023) empreende a aplicação do modelo analítico do autor para a pesquisa com o Instagram. Em trabalho de tese, investigou a construção narrativa de um grupo de quatro influenciadoras digitais em Natal (RN) no Instagram *Stories*.

Reconhecendo as potencialidades da Aplicação da Análise da Comunicação Narrativa de Motta (2013) na pesquisa com *Stories* no Instagram (Lima; Lacerda, 2023, p. 12), em quadro analítico desenvolvido em outra publicação, discutimos neste trabalho a implementação do 3º movimento narrativo (episódios) e do 5º movimento narrativo (personagens) no programa Câmara em 1 Minuto da Câmara Municipal de Parnamirim.

ENTRELAÇANDO SABERES: DA TEORIA PARA UMA PRÁTICA

Atravessada pelos saberes apreendidos e explorados na pesquisa de doutorado, Lima (2023) transporta tais conhecimentos para as atividades laborais, sendo especificamente a gestão de redes sociais do Legislativo parnamirino. Sodré (2014, p. 117), por exemplo, questiona o uso de uma ciência que não se integra aos sistemas. “Ciência nenhuma   apenas um repertório de enunciados tidos como verdadeiros, ela implica também um discurso autoexplicativo, que costuma acompanhar a sua integração com os sistemas técnicos e industriais”.

Ao elaborar uma filosofia para uma ciência pós-disciplinar, Sodré (2014) reflete teoricamente sobre a Comunicação como conceito de “disciplina”. Recuperando o pensamento de Heidegger (1999 apud Sodré, 2014), o autor avança sobre uma verdade científica que se enriquece com a própria existência humana.

Em termos mais simples: a ciência não é algo que, só depois de constituído, faça referência   existência humana: ela prov m da própria existência (e não

da mente de um sujeito do conhecimento), entendida como uma estrutura de ser ou *Dasein* (Sodré, 2014, p. 126).

Ao permitir, portanto, construir os saberes científicos de uma pesquisa de doutorado em um ambiente comunicacional legislativo, ambos saem afetados: a academia e o mercado. Essa dicotomia, em outro momento processada a partir de um pensamento cartesiano, pode também ser reposicionada na esteira de novos entendimentos, como a complexidade de Morin (2005). Na perspectiva da comunicação digital, Karhawi (2018) lança mão desses mesmos dualismos, concordando que “não respondem mais aos anseios trazidos pela complexidade contemporânea” (Karhawi, 2018, p. 28-29).

Somados a isso, percebemos que a pesquisa científica se funde no mesmo sujeito, que não se dissocia da vida, em seus diferentes núcleos. A pesquisadora soma-se à servidora pública e vice-versa. Desse modo, percebemos uma co-participação da pesquisa, que nasce no grupo de influenciadoras digitais em Natal (RN), para outros mundos, como por exemplo, o produto Câmara em 1 Minuto (C1M) da Câmara de Parnamirim.

EPISÓDIOS E PERSONAGENS NO C1M

No dia 10 de maio de 2022⁴, Lima (2023), em seu terceiro ano de pesquisa, assume, através de concurso público, a função de jornalista na Assessoria de Comunicação da Câmara de Parnamirim. Na época, existia um formato embrionário de um resumo semanal das principais notícias da Casa Legislativa parnamirinese, postado no Instagram @camaraparnamirim. O conteúdo consistia de uma série de fotografias e vídeos, compilados com frases explicativas, tendo sido publicado pela primeira vez em 19 de agosto de 2022.

A primeira mudança adotada, na reformulação deste produto, foi a inserção de um *OFF*, texto próprio do telejornalismo, em que o repórter - através das imagens - em vídeo e fotografia, narra os fatos. A narração é inserida no Câmara em 1 Minuto, em *OFF*, como primeira aproximação da teoria para uma prática.

⁴ Após a posse, a servidora pública entra de licença-maternidade, iniciando suas atividades profissionais em 08 de setembro de 2022.

O C1M é publicado semanalmente, às sextas-feiras, às 18h. Seguindo a série episódica, o público parnamirino pode esperar a atualização das notícias do Legislativo municipal em exato dia e horário. Para Motta (2013), 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 marca episódica do produto se firma com a primeira edição em que um jornalista aparece na produção, o que ocorreu no dia 21 abril de 2023⁵. No roteiro, fica estabelecido esse contrato de periodicidade com o leitor, ao afirmar: “Está no ar o Câmara em 1 Minuto, um resumo com as principais notícias da nossa Casa Legislativa”. A sinalização de que iniciará mais uma edição do programa, garante que o público poderá contar não apenas com aquele episódio, mas com cada produção veiculada às sextas-feiras.

O C1M recebe a segunda atualização em seu formato, agora com a apresentação de um jornalista, definitivamente a partir do dia 23 de junho de 2023⁶, assumindo então o protagonismo dos estagiários da Assessoria de Comunicação da Casa Legislativa na apresentação. O personagem do apresentador do Câmara em 1 Minuto se instaura na aposta de que, ao dar um rosto jovem ao programa, as notícias do Legislativo possam chegar de modo simples e claro a um público cada vez maior.

Motta (2013) adverte que o personagem assume a centralidade da narrativa, escolhido de modo intencional pelo narrador. “Na análise pragmática será preciso analisar as personagens como escolhas do projeto dramático de um sujeito narrador que faz opções argumentativas todo o tempo, procurando envolver o destinatário” (Motta, 2013, p. 177).

Com o intuito, dessa maneira, de aproximar os cidadãos das principais decisões realizadas no ambiente do Legislativo parnamirino, o personagem jovem, comunicativo e divertido é criado. Ao longo do tempo, alguns estagiários de jornalismo assumiram essa função, sendo sempre respaldados pela supervisão de jornalistas formados. O personagem-apresentador passa a figurar nas capas dos vídeos e conversar diretamente com a população.

⁵ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CrUAEwSu_DX/. Acesso em: 2 maio 2025.

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Ct2Or16O02u/>. Acesso em: 2 maio 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalizamos esta breve exposição, considerando que a pesquisa científica pode afetar e modificar diretamente ambientes comunicacionais, possibilitando assim uma integração com os sistemas técnicos e industriais (Sodré, 2014). Caberia, ainda, pensar nos impactos dos outros movimentos narrativos de Motta (2013) no mesmo produto, assunto que pretendemos trabalhar em artigos futuros.

Deixamos claro que as modificações realizadas no produto Câmara em 1 Minuto não são frutos apenas da pesquisa científica de Lima (2023), sendo também resultados de uma experiência coletiva laboral constituída por servidores efetivos, comissionados e estagiários da Assessoria de Comunicação da Câmara de Parnamirim.

Permitimos, portanto, ampliar mais uma vez a Teoria e Análise da Comunicação Narrativa de Motta (2013) para outros cenários, constatando a aplicabilidade dos movimentos narrativos do autor em diferentes narrativas comunicacionais.

REFERÊNCIAS

HEIDEGGER, M. **Introducción a la filosofía**. Frónesis: Cátedra, 1999.

KARHAWI, Issaaf. **De blogueira à influenciadora**: motivações, ethos e etapas profissionais na blogosfera de moda brasileira. 2018. 331f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

LIMA, Kassandra Merielli Lopes. **Storycização**: a prática de construção narrativa de influenciadoras digitais em Natal (RN) no Instagram stories. Orientador: Dr. Juciano de Sousa Lacerda. 2023. 229f. Tese (Doutorado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2023.

LIMA, Kassandra; LACERDA, Juciano. A vida é um Story: Aplicando a Análise da Comunicação Narrativa de Motta (2013) na pesquisa com Stories no Instagram. In: 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 46, 2023, Belo Horizonte. **Anais**, Belo Horizonte: Intercom, 2023.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

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

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