



JORNALISMO EM 140 CARACTERES:

a nova estética do jornalismo criada na segunda tela pelas mídias tradicionais e independentes

Liliane Maria de Oliveira Silva¹
Soraya Maria Ferreira Vieira²

Resumo curto:

Diante do cenário emergente de convergência midiática, já é notório o quanto essa fenômeno está transformando a maneira de se construir e apresentar o conteúdo jornalístico no ambiente imersivo da internet. Desse modo, a pesquisa tem por objetivo investigar se dá o processo de resignificação da notícia em diferentes frentes do jornalismo nas redes sociais, a partir da análise dos perfis do jornal O Globo, da mídia tradicional, e do Jornalistas Livres, da mídia independente, no *Twitter*.

Resumo expandido:

A convergência midiática está há algum tempo modificando a relação já estabelecida que o público tem com o jornalismo tradicional. Novas formas de se fazer e “consumir” os produtos jornalísticos estão surgindo e revolucionando a relação entre as grandes emissoras com tradição televisiva e o público, que está cada vez mais conectado e atuante nas diversas mídias digitais. A partir dessa realidade, os vínculos pré-estabelecidos entre as duas partes estão sendo reestruturados e novos vínculos estão sendo propostos, por meio de novas técnicas e também novas tecnologias. O alcance e os desdobramentos dessa transição que se iniciou na década de 80, porém, ainda são desconhecidos; como indica Henry Jenkins (2009), “a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros, e públicos” (p. 43).

O avanço contínuo da tecnologia permitiu o surgimento da comunicação ubíqua que possibilitou o fortalecimento de novas frentes de jornalismo que produzem conteúdo exclusivamente digital, mais comumente conhecidas como “mídia independente”. Esse tipo de jornalismo ganhou muita visibilidade no Brasil nas manifestações que aconteceram em junho de 2013. A partir de então foi possível observar uma mudança significativa na forma com que essas frentes de jornalismo passaram a fazer das redes sociais, uma das principais formas de veiculação de seus conteúdos. O conceito de mudança é o que une esses dois fenômenos, se por um lado, a convergência midiática, está revolucionando a forma de se fazer e “consumir” o jornalismo, fazendo com que os grandes veículos reconfigurem a estética do conteúdo jornalístico para transitar nas diversas mídias e telas; por outro lado as mídias independentes criam o conteúdo já com a estética configurada para o meio imersivo da internet.

A pesquisa se justifica pela necessidade de se discutir e identificar a maneira como esse processo de transição está acontecendo, até para dimensionar o impacto das novas práticas no modo de se

¹ Discente do 1º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Estética, Redes e Linguagens. E-mail: lilianeoliveiras19@gmail.com.

² Professor(a) orientador(a). E-mail: sovferreira@gmail.com



fazer jornalismo na atualidade. Se trata de um contexto muito extenso e sem delimitações bem definidas, já que ainda está sendo estabelecido na sociedade. Para melhor elucidar as questões propostas e verificar esse panorama em desenvolvimento da nova estética da notícia criada no ambiente digital imersivo das redes sociais, o *Twitter* foi selecionado entre as demais redes justamente pelo seu caráter de instantaneidade e pelo formato diferenciado e limitador dos 140 caracteres. Dentro do universo do *Twitter* por meio de pesquisa exploratória foram selecionados dois perfis para compor a análise empírica dessa pesquisa, o perfil do Jornal O Globo (@JornalOGlobo) como representante da grande mídia tradicional e o perfil do grupo Jornalistas Livres (@jlivres) representando a mídia independente.

A partir da delimitação do tema apresentada, alguns conceitos e autores se tornam focais para fundamentar a pesquisa. Os conceitos de convergência e cultura participativa vislumbrados sobre a ótica de Henry Jenkins, além da ideia de inteligência participativa apresentado por Pierry Levy. A questão das redes sociais, ubiquidade, fluxo e fruição abordados por Santaella compõem significativamente a pesquisa. Além da pesquisa bibliográfica das questões sociais que envolvem a participação ativa das mídias independentes nas redes e a relação criada com os interatores. Acreditamos que a pesquisa bibliográfica aliada à análise quantitativa dos perfis @JornalOGlobo e @jlivres realizada com o auxílio da plataforma de monitoramento e análise de mídias digitais *Opsocial*, que nos permite nos permite filtrar todo o conteúdo relacionado aos termos de monitoramento atribuído à rede social *twitter*, assim como a quantidade de vezes que o termo foi mencionado durante o período analisado, quantas vezes ele foi *retweetado* e ainda, revela o conteúdo do *tweet*.

Essa primeira fase da pesquisa servirá de base para a segunda etapa que consistirá na apreciação qualitativa da estética da notícia contida nos 140 caracteres propostos pela rede social *twitter*. Será selecionada uma amostra aleatória de 200 *tweets* sendo 100 de cada um dos objetos, para que conceitos relacionados a utilização da narrativa transmidiática presentes na nova lógica de produção da notícia e que serão destacados na fundamentação teórica sejam contemplados, afim de traçar um panorama da estética atual da notícia veiculada na rede social *twitter* em diferentes frentes de jornalismo, por meio dos perfis do jornal O Globo e Jornalistas Livres, afim de identificar até que ponto essa notícia é reconfigurada ou configurada para atender a fluidez desse meio imersivo.

Palavras-chave: Estética. Convergência midiática. Fluxo. Cultura participativa. Inteligência coletiva.

Referências

BOLTER, Jay David Bolter e GRUSSIN, Richard. **Remediação: Understanding New Media**, Cambridge, Mass, MIT Press, 1999; 2ª ed. 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p

LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2010.



LÉVY, Pierre. **Inteligência coletiva. Para uma antropologia do ciberespaço.** 5ª edição ed. Loyola [S.l.] p. 212. 2002.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, Ambientes, Redes.** Petrópolis: Vozes, 2014.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem (Understanding Media).** 12ª ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

PARISIER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade.** São Paulo, SP: Paulus, 2010

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter.** São Paulo: Paulus, 2010. 137 p.