



**A estética do fluxo e a estética da interface:**  
Estratégias de hipermidiatização e remediação no nytimes.com

Sabrina Henriques Chinelato<sup>1</sup>  
Soraya Maria Ferreira Vieira<sup>2</sup>

**Resumo curto:**

A presente pesquisa propõe compreender as transformações pelas quais o jornalismo impresso passa na atualidade, expandindo seus significados na medida em que migra para a internet. Para tanto, o objeto de estudo escolhido é o site do jornal The New York Times. O trabalho encontra-se em fase de pesquisa qualitativa bibliográfica, na qual busca-se configurar um roteiro metodológico que permita analisar semioticamente os signos dos jornais digitais.

**Resumo expandido:**

A partir da invenção de Gutemberg, o texto impresso passou a ser o principal difusor do saber e da informação. Conforme afirma McLuhan (1975), neste momento, a cultura oralizada perdeu espaço para uma cultura baseada na palavra escrita, assim como deixou de lado seu caráter multissensorial. Os meios de comunicação passaram, então, a girar em torno do jornalismo impresso. Entretanto, com a criação da fotografia, do cinema, da televisão e da internet, a escrita foi perdendo sua exclusividade e começou a competir e conviver com a imagem. Contudo, com o tempo, as misturas entre as linguagens dos meios foram se intensificando e constituindo diversas redes entre as mídias, produzindo híbridos que fizeram nascer a cultura da convergência de mídias.

Desta maneira, a partir da relevância e atualidade do assunto, pesquisar o ambiente midiático digital, a partir da remediação do conteúdo do jornalismo impresso, é o tema central da pesquisa proposta, cujo foco é para a reconfiguração da estética e da linguagem das narrativas hipermidiáticas. Busca-se também investigar, a partir de estratégias semióticas, como a transição do meio quente, o texto impresso, para o meio frio emergente, o ciberespaço, afeta a produção, a estética e o fluxo de notícias.

Nesse sentido, partindo da ideia de que um novo modelo de jornalismo está se configurando no cenário de convergência midiática, o objeto de estudo escolhido para a pesquisa é o site do jornal impresso nova-iorquino The New York Times<sup>3</sup>. A partir da análise do *nytimes.com*, busca-se refletir sobre as mudanças estéticas no conteúdo produzido pelo jornal, tanto aquele que é publicado no jornal impresso e, posteriormente, migra para o ciberespaço, mas também o conteúdo produzido exclusivamente para a web.

Ao pensar, como aponta McLuhan (1975), que o meio é a mensagem, é possível perceber que a convergência midiática tem trazido mudanças na linguagem jornalística. Nesse sentido, busca-se refletir sobre as transformações na linguagem digital do The New York Times, isto é, a maneira particular de codificar a mensagem e os modelos de produção da notícia, próprios do meio digital. Para tal, serão levadas em consideração as características particulares das tecnologias digitais emergentes, citadas por Martino (2014), tais quais a narrativa hipermidiatizada, a cultura participatória e interativa, a arquitetura horizontal e em rede, a inteligência coletiva, a velocidade, a virtualidade e a ubiquidade.

---

<sup>1</sup> Discente do primeiro ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Estética, Redes e Linguagens. Bolsista. E-mail: [sabrinachinelato@hotmail.com](mailto:sabrinachinelato@hotmail.com).

<sup>2</sup> Professor(a) orientador(a). E-mail: [sofferreira@gmail.com](mailto:sofferreira@gmail.com).

<sup>3</sup> The New York Times é um jornal de circulação diária, publicado na cidade de Nova Iorque e distribuído nos Estados Unidos e outros países. Fundado em 1851, pertence à The New York Times Company. O jornal está presente na Internet desde 1996, e tornou-se referência na produção de jornalismo digital.



Diante do atual cenário de convergência midiática e hibridização dos meios, no qual se encontra o jornalismo impresso, bem como do universo de possibilidades que representa o virtual, o estudo busca identificar as estratégias hipermidiatizadas do *nytimes.com*. Como a notícia do The New York times é reconfigurada no ciberespaço?

Para tanto, parte-se da hipótese de que, ao se inserir no mundo digital, o The New York Times adquire propriedades do universo virtual, capazes de transformar suas práticas, processos e linguagens. Entretanto, apesar da reconfiguração da estética e da linguagem da notícia, o jornal carrega consigo as propriedades do impresso, remediando e hibridizando as mídias tradicionais com os sistemas computadorizados.

Desta forma, o trabalho encontra-se em fase de pesquisa qualitativa bibliográfica, a fim de reunir e refletir sobre as teorias e conceitos que abordam o tema da convergência de mídias. Além disso, busca-se configurar um roteiro metodológico que permita analisar semioticamente os signos dos jornais digitais. Para tanto, foi realizada uma revisão de literatura a respeito da Teoria dos Signos de Charles S. Peirce, a qual sustenta teoricamente o percurso metodológico elaborado.

Tais conceitos reunidos nesta fase serão verificados por meio da análise semiótica do objeto empírico de estudo. O conteúdo jornalístico digital apresentado no *nytimes.com* será analisado a partir das categorias fenomenológicas de Peirce, considerando as potencialidades e as implicações com evidências para contexto das características do jornalismo digital como multimídia, hipertextualidade, atualização contínua, hibridismo de linguagens, memória, interação e personalização (PALACIOS, 2003), bem como de outras decorrentes das particularidades, tais quais a cultura participatória, arquitetura horizontal e em rede, inteligência coletiva, velocidade, virtualidade e ubiquidade (MARTINO, 2014) no que podemos denominar de jornalismo das mídias digitais.

**Palavras-chave:** nytimes.com. Convergência midiática. Semiótica.

## Referências

BOLTER, J. D. e GRUSIN, R. **Remediation**. Massachusetts: MIT Press, 2000.

FERREIRA, S. **A Televisão em Tempos de Convergência**. Juiz de fora: Editora UFJF, 2014.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

LÉVY, P. **O que é o Virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1996.

MACLUHAN, M. **Os meios de Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1975.

MARTINO, L. **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, Ambientes, Redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

MANOVICH, L. **Novas Mídias como Tecnologia e Ideia**. In: Leão, L. *O chip e o caleidoscópio*. São Paulo: Senac, 2010.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online**. Salvador: UFBA, 2005.

PALACIOS, M. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória**. In: MACHADO, E. & PALACIOS, M. (Orgs), *Modelos do Jornalismo Digital*. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.