

## **Entre a publicidade e o jornalismo: as práticas comunicacionais e hibridismos de linguagens do portal Catraca Livre na sociedade digital<sup>1</sup>**

Eduarda Fernanda Lopes SHINNISHI<sup>2</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM

### **Resumo**

Este trabalho tem como objetivo analisar o contexto da divulgação cultural e seus emergentes processos de hibridismos de linguagens na Cibercultura. Desta forma, o trabalho tem como objeto de estudo o Portal Digital Catraca Livre, produto jornalístico criado e coordenado pelo jornalista e ex-colunista da Folha de São Paulo Gilberto Dimenstein. A proposta de discussão é desenvolver a ideia de que o Portal Catraca Livre apresenta hibridismos entre a linguagem publicitária e jornalística como estratégia persuasiva para seus leitores.

### **Palavras-chave**

Mídia digital; publicidade; jornalismo; linguagem;

### **Corpo do trabalho**

Do ponto de vista da história da mídia estamos vivendo um momento interessante para se discutir o jornalismo digital uma vez que as plataformas digitais mudaram as formas de como as notícias chegam até os leitores e como o público leitor rapidamente interage e engaja com essa notícia.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História do Jornalismo integrante do 11º Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Mestranda em Jornalismo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing. Jornalista, formada pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e formada em Letras pela Universidade de São Paulo.

ISSN 2175-6945

O site *Catraca Livre*, objeto deste trabalho, foi criado e coordenado pelo jornalista e ex-colunista da *Folha de São Paulo* Gilberto Dimenstein, e em aproximadamente, cinco anos alcançou um grande número de leitores e seguidores. Como apresenta o site do portal, pode-se entender os propósitos do *Catraca Livre*:

A grande missão do *Catraca Livre* é usar a comunicação para empoderar os cidadãos. Empoderar se traduz, em nosso jornalismo, na busca do maior número possível de informações que mostrem possibilidades acessíveis e de qualidade, virtuais ou presenciais, em todas as áreas da atividade humana: da cultura, passando pela saúde e mobilidade, até educação, esportes e consumo.

Temos um foco especial em cultura, mas também selecionamos diariamente as melhores oportunidades gratuitas ou a preço popular nos mais variados serviços em São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro e Salvador.

Abrangendo educação, esportes, consumo, trabalho, saúde e empreendedorismo, revelamos personagens, tendências e projetos que, em qualquer parte do mundo, inspirem soluções comunitárias inovadoras e inclusivas. Queremos ajudar as cidades a serem mais educadas, acolhedoras e criativas.

Como apostamos na engenhosidade da comunidade, a seleção das notícias é complementada por milhares de pessoas cadastradas em nossa rede.<sup>1</sup>

1 Fonte: <https://catracalivre.com.br/quemsomos/>. Acesso em 15/01/2017

Desta forma, este estudo apresenta como objetivo analisar, brevemente, as instabilidades que a linguagem jornalística tem passado, usando como exemplo o portal *Catraca Livre*. Este portal, como pode-se observar em sua apresentação, pode ser contextualizado na perspectiva da identidade cultural na pós-modernidade, da forma como Hall (2012) discute.

É válido lembrar que a modernidade, e sua emergência do contexto midiático, já demonstrava a tendência à instabilidade social e cultural como demonstra Marshall Berman (2005):

[...] para tentar identificar os timbres e ritmos peculiares da modernidade do século XIX, a primeira coisa que observamos será a nova paisagem, altamente desenvolvida,

ISSN 2175-6945

diferenciada e dinâmica, na qual tem lugar a experiência moderna. Trata-se de uma paisagem de engenhos a vapor, fábricas automatizadas, ferrovias, amplas novas zonas industriais; prolíficas cidades que cresceram do dia para a noite, quase sempre com aterradoras consequências para o ser humano; jornais diários, telégrafos, telefones e outros instrumentos de *media*, que se comunicam em escala cada vez maior; Estados nacionais cada vez mais fortes e conglomerados multinacionais de capital; movimentos sociais de massa, que lutam contra essas modernizações de baixo para cima; um mercado mundial que a tudo abarca, em crescente expansão, capaz de um estarrecedor desperdício e devastação, capaz de tudo exceto solidez e estabilidade. (Berman, 2005, pág. 19)

Assim, a pós modernidade pode ser entendida como uma espécie de acentuação dos valores da Modernidade, citados por Berman, que de certa forma, ainda estão presentes em diversos canais de comunicação. O *Catraca Livre* parece enfatizar a ideia de desconstrução de fronteiras ao se aproximar da linguagem publicitária.

Sobre a publicidade, Nelly de Carvalho, aponta que a linguagem publicitária tem como uma de suas características o fato de que:

[...] Ao contrário do panorama caótico do mundo apresentado nos noticiários dos jornais, a mensagem publicitária cria e exhibe um mundo perfeito e ideal, verdadeira ilha da deusa Calipso, que acolheu Ulisses, em sua Odisséia – sem guerras, fome, deterioração ou subdesenvolvimento. Tudo são luzes, calor e encanto, numa beleza perfeita e não-perecível.

Essa mensagem, contudo, não se limita ao mundo dos sonhos. Ela concilia o princípio do prazer com o da realidade, quando, normativa, indica o que deve ser usado ou comprado, destacando a linguagem da marca, o ícone do objeto. (Carvalho, 2009, pág.11)

Sobre os apelos imagéticos das atividades publicitárias Santaella argumenta que:

[...] com o surgimento dos grandes centros urbanos e a explosão da publicidade, a escrita, inextricavelmente unida à imagem, veio crescentemente se colocar diante dos nossos olhos na via cotidiana. Isto está presente nas embalagens dos produtos que compramos, nos cartazes, nos pontos de ônibus, nas estações de metrô, enfim, em um

grande número de situações em que praticamos o ato de ler de modo tão automático que nem chegamos a nos dar conta disto. (Santaella, pág. 18, 2012)

Uma das estratégias importantes utilizadas pelo Portal Catraca Livre diz respeito, justamente, ao apelo visual do portal. Portanto, ao se analisar a missão apresentada pelo portal e o contexto da pós-modernidade, pode-se perceber que o Portal Catraca Livre, utiliza de forma estratégica um contexto híbrido entre a linguagem publicitária e a linguagem jornalística, estando, assim, diretamente envolvido na discussão sobre as mediações e processos comunicacionais inseridos no contexto da Cibercultura. A proposta deste trabalho é justamente contribuir para o debate de como o Jornalismo Cultural tem encontrado diferentes estratégias na Cibercultura.

### **Sobre a Cibercultura e pós-modernidade**

A cibercultura incide sobre as práticas comunicacionais, sendo um contexto para se pensar práticas jornalísticas e as transformações da linguagem jornalística. Várias das questões que estão sendo discutidas por autores que estavam debatendo a pós-modernidade se encontram nos processos de discussão dos efeitos da cibercultura.

Há que ressaltar que os conceitos de Cibercultura e pós-modernidade mantêm relações estreitas visto que a atualidade onde a comunicação é mediada por diversos aparatos tecnológicos, que tornam o mundo uma espécie de aldeia global que Marshall McLuhan (1996) pensou, mas que, no entanto, tem enfatizado justamente um ponto crítico para essa ideia de aldeia global: como em um mundo extremamente conectado conseguiremos lidar com a fragmentação e a dissolução das fronteiras culturais e das linguagens? Este trabalho tem como objetivo entender as relações entre Cibercultura e pós-modernidade analisando as estratégias comunicativas do Portal Catraca Livre.

Neste sentido, a Cibercultura é uma expressão mais recente tendo dado vazão à continuação do conceito de aldeia global, desenvolvido por Marshall McLuhan, por exemplo. O conceito de Cibercultura “iniciado” por autores como Levy (1999) e Negroponte (1995), dentre outros, tem sido rediscutido por diversos autores na área da comunicação, como por exemplo Lemos (2015) e Johnson (2001) que tem redimensionado a questão debatendo a ideia de como os mais recentes aparatos móveis

tem reestruturado a forma pela qual nos comunicamos. Em outra perspectiva, mas sem estar distante da ideia de Cibercultura, autores como Harvey (2012) e Hall (2014) tem debatido a questão da pós-modernidade argumentando que a dissolução das fronteiras e a fragmentação da cultura em diversos setores como economia, política e é o que caracteriza a crise da modernidade. Assim, é possível perceber que há novas identidades culturais em processo naquilo que Hall (op.cit) chama de “descentramento do sujeito” na pós-modernidade que resulta em ruptura de fronteiras culturais, algo bastante visível no mundo globalizado atual.

A partir do conceito da Cibercultura, pode-se pensar que houve uma reformulação nas práticas jornalísticas e que enfatizou por exemplo, questões que estavam sendo discutidas por autores que debatem a pós modernidade, que apresenta como características marcantes a sensação difusa, a fragmentação e a pluralidade de Davi Harvey em Condição Pós-Moderna. Ainda dentro do conceito de Cibercultura, podemos dizer que a partir daí deu-se uma vazão, guardada devidas proporções, para a ideia de aldeia global baseado em Marshall McLuhan.

E neste ambiente virtual que também se firma como site de notícias jornalísticas, entretenimento e serviços a preços populares. Apoiando-se também como parte do espetáculo social, amplamente explicado em A Sociedade do Espetáculo de Guy Debord (1997) em que o espetáculo consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia.

Nesta perspectiva, dentro das mudanças que tem sido engendrada pela área da comunicação é fundamental ainda mapear neste processo os processos de convergências midiáticas e culturais, analisados por exemplo, em Jenkins (2009). Ainda sobre as convergências midiáticas na contemporaneidade, cabe mencionar o pensamento de Lemos (2015).

Como aponta Gomes (2008) há um “embaralhamento” entre as fronteiras do jornalismo e do entretenimento, por exemplo, que resulta no conceito de Infotainment (Gomes, 2009). Este conceito é interessante para se pensar o Portal Catraca Livre. Neste processo, cabe ainda citar a lógica de “estetização do cotidiano” engendrado pelo consumo, como argumenta Lipovetisky (2011). O que se percebe é que, dentro destas mudanças culturais, o próprio conceito de Marketing tem se redesenhado, como apontam Hermawan & Kotler (2010).

O site de notícias conhecido como provedor de conteúdo traz a comunicação jornalística, mas vale ressaltar que o site não consiste apenas em informar, mas sim em gerar participação criativa na vida social urbana. Ao estar envolvida no contexto do desenvolvimento econômico atuando como uma das principais características da Sociedade do Consumo, o jornalismo é, portanto, uma variável importante do processo de uso, ampliação e constante desenvolvimento de Interfaces na cultura da comunicação. E neste sentido, aponta para o entendimento de que a publicidade e a propaganda atuem no processo de construção de interfaces comunicacionais com o gênero jornalístico.

### **Mediações e hibridismos de linguagens como estratégia de obtenção de leitores**

Dentro deste contexto vale citar o Portal Catraca Livre para se pensar as práticas jornalísticas, nessa ideia de aldeia global, porém uma aldeia fragmentada, se considerarmos a ideia de pós-modernidade, uma vez que existem várias “aldeias”: política, cultural, social, etc. Desta forma, o Catraca Livre age como um bom exemplo para ações comunicacionais que buscam tentar criar unidade dentro destas diversas partes. O Catraca Livre faz a mediação desses processos culturais, acaba agindo como agente mediador.

Por mais que saibamos da alta conectividade e exposição dos pensamentos em situações reais e virtuais, a presença do desengajamento coletivo é uma das características dos pós-modernidade, em que o direcionamento das instituições não são mais seus guias, apresenta-se o Catraca Livre como um “guia” cultural e que oferece uma possível seleção de atividades e oportunidades dos mais variados serviços.

E é nesse ambiente virtual, que também se firma como site de notícias jornalísticas, entretenimento e serviços a preços populares. Apoiando-se também como parte do espetáculo social, debatido no livro “A Sociedade do Espetáculo” de Guy Debord (1997), análise que propõe que o espetáculo consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia.

### **Repensando a Indústria Cultural na Cibercultura**

Como se pode perceber, a discussão sobre a estratégia de hibridismo de linguagens do Portal Catraca Livre é complexa e precisa ser debatida sob a ótica da complexidade. Nesta perspectiva, o conceito de indústria cultural cunhado pela *Escola de Frankfurt* (Adorno, 1999), que neste contexto, estabeleceu a ideia de que entender a cultura de massas no século XX seja um processo dependente dos entendimentos da lógica do mercado, precisa ser contextualizado neste debate. Uma vez que a Indústria Cultural enxerga as linguagens produzidas no âmbito da cultura de massas como processos alienantes, uma vez que para o pensamento da Escola de Frankfurt, principalmente sob às ideias de T. Adorno, é a cultura erudita o contexto que mereça ser valorizado. No entanto, critica-se, no caso do Portal Catraca Livre, a ideia de que suas estratégias de hibridismos de linguagem sejam um processo alienante.

Desta forma, admitimos que nossa investigação será guiada, mais por um tipo de pensamento como o de Umberto Eco (2015) cujo livro que possui o provocativo título de “Apocalípticos e Integrados” critica uma visão excessivamente dualista entre cultura de massas e cultura erudita, procurando perceber uma interface crítica, ou intervalo complexo que possa existir entre as visões excessivamente dicotômicas para a indústria cultural, sem no entanto, desvalorizar ou supervalorizar os processos e linguagens desta. Temos consciência que esta tarefa não é simples, mas é necessária, pois é evidente que algumas das críticas da Escola de Frankfurt são coerentes e é impossível debater

questões relacionadas aos processos culturais ocidentais sem incluir a discussão empreendida pela Escola de Frankfurt acerca das indústrias culturais. Neste sentido, o pensamento de Walter Benjamin também será valorizado em nossa pesquisa, apesar de também ser oriundo do contexto da Escola de Frankfurt. Isto se deve ao fato de que Walter Benjamin ao enxergar uma interface crítica entre o contexto da cultura erudita e da cultura de massas, reflita de forma diferente de T. Adorno.

Desta forma, percebemos que a discussão sobre conflitos entre cultura erudita e cultura de massas continua sendo desdobrada na emergência dos processos comunicativos próprios da cibercultura, ou seja, os processos culturais que tem nascido da convergência tecnológica e cultural que acompanha a pós-modernidade nas últimas duas décadas do século XX, como discute Santaella. Para Santaella (2004), o contexto dos dualismos entre cultura erudita e cultura de massas já não faz sentido, uma vez que as íntimas relações entre arte e comunicação têm provocado uma poderosa reconfiguração dos processos culturais pela ambivalência dos processos de convergência.

Nesta natureza emergente dos processos de comunicação relacionados ao universo das mídias cabe ressaltar que o termo midiático na forma como o estamos usando abarca as questões da cultura de massa como processo já inserido como “cultura das mídias”, contexto que não necessariamente precisa ser visto como um processo cultural que aliena seus participantes, como discute Santaella (2004).

### **Considerações Finais**

Desta forma, a ideia de cultura de massas discutida pela Escola de Frankfurt precisa ser reconsiderada sob o fato de que a Cibercultura reconfigurou a própria noção de “massa”, que antes trabalhava a ideia de que as sociedades industriais estariam alienadas culturalmente. O que as “tecnologias líquidas” trouxeram para o debate foi o fato de que há aquela a massa de antes, hoje opera as linguagens a todo instante: em celulares, nos computadores, e assim por diante. Caso dos usuários do Portal Catraca Livre, por exemplo.

Nesta perspectiva, está-se empregando a ideia de hibridismos de linguagens não com a intenção de querer significar o mesmo que “cultura de massas” do século XX. Da



**ISSN 2175-6945**

mesma forma, o é preciso ter cuidado, portanto, com a utilização de outras ideias que podem estar carregados de sentido prévio que pode atrapalhar esta discussão. Palavras como “autenticidade”, por exemplo, são conceitos que podem trazer um sentido excessivo de estabilidade. Em relação a este termo, e sua aplicação às análises do Portal Catraca Livre, ressalta-se que seu uso precisa ser repensado, para que se possa, justamente, entender os caminhos que as práticas jornalísticas seguirão na sociedade digital.

## Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W. (1999) Textos Escolhidos. Trad. Luiz João Baraúna. São Paulo: Nova Cultural.

BERMAN, Marshall. (2005). Tudo que é sólido desmancha no ar. A aventura da Modernidade. Companhia das letras.

DEBORD, Guy (1997) A Sociedade do Espetáculo. Contraponto Editora. São Paulo.

ECO, Umberto. (2015) Apocalípticos e Integrados. Perspectiva. São Paulo.

GOMES, Itania Maria Mota. (2008) O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (Org.). Em torno das Mídias. Porto Alegre: Sulina. p. 95- 112.

HALL, Stuart. (2012) Identidade Cultural na Pós Modernidade. ED. Loyola.

HARVEY, David. (2012) A Condição Pós-Moderna. Ed. Loyola.

HERMAWAN, Kartajawa & KOTLLER, Philip. (2010) Marketing 3.0. Ed. Elsevier

JOHNSON, Steven (2001) Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Zahar Editores, Rio de Janeiro.

LE MOS, André (2015) Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Ed. Sulina, Porto Alegre.

LEVY, Pierre. (1999) Cibercultura. Ed. 34. São Paulo.

LIPOVETSKY, Gilles. (2001) A Estetização do Mundo. Ed. Companhia das Letras.

McLUHAN, Marshall. (1996) Os meios de Comunicação como extensões do homem. Cultrix, São Paulo.

NEGROPONTE, Nicholas. (1995) A Vida Digital. Cia das Letras, São Paulo.

SANTAELLA, Lucia. (2012) Leitura de Imagens: São Paulo: Melhoramentos.

\_\_\_\_\_. (2007) Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade. São Paulo: Paulus.

\_\_\_\_\_. (2004). Por que as artes e as comunicações estão convergindo? São Paulo: Paullus

**Alcar** 2017  
XI ENCONTRO NACIONAL DE  
HISTÓRIA DA MÍDIA

8 a 10 jun. | São Paulo

Universidade Presbiteriana Mackenzie-SP

ISSN 2175-6945