

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS DO HUGO GLOSS NO JORNALISMO DE ENTRETENIMENTO

Julia Garcia Kosior^{1*}, Carlos Eduardo Sandano Santos²

1. Estudante de Jornalismo do Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie / IC
2. Professor Doutor do curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie / Orientador

Resumo:

Esta pesquisa estuda o Jornalismo de Entretenimento, as Mídias Sociais e suas características a partir da análise do personagem Hugo Gloss (Bruno Rocha), seu blog e suas redes sociais, visando responder qual a influência de mídias sociais nesta prática comunicacional. Para isso, utilizei autores como Henry Jenkins, com a “Cultura da Convergência” (2009), Marshall McLuhan, com “Os Meios de Comunicação: Como Extensões do Homem” (1996) e Fabia Angélica Dejavitte, com “INFOtenimento – informação + entretenimento no jornalismo (2006). A pesquisa foi dividida em cinco eixos, sendo eles: Internet; Entretenimento; Mídia Social; Hugo Gloss; Análise do blog Hugo Gloss. No período de doze meses, o estudo possibilitou perceber que o blog pode ser considerado uma mídia jornalística, já que se trata de um material apurado e verdadeiro, de interesse do público-alvo, com caráter opinativo e diálogo com leitores por meio de múltiplas plataformas e isso faz parte do atual Jornalismo de Entretenimento.

Palavras-chave: Mídias Sociais; Blog; Site.

Trabalho selecionado para a JNIC pela instituição: PIVIC Mackenzie.

Introdução:

A pesquisa trata diretamente do estudo de Jornalismo de Entretenimento, Mídias Sociais e suas características a partir de uma análise estrutural do blog Hugo Gloss, focando especificamente em algumas questões de como se caracteriza e se manifesta o jornalismo de entretenimento, nas relações com os leitores e nas transformações que as redes sociais estão trazendo para a prática profissional jornalística.

Para isso utilizei autores como Henry Jenkins com seu livro “Cultura da Convergência” (2009); Fabia Angélica Dejavitte com seu livro “INFOtenimento” (2006); e análise do website HUGO GLOSS.

Se trata de um tema relevante, já que muitas pessoas acompanham o Hugo Gloss. Sua principal mídia social, o Instagram, conta com mais de 10,6 milhões de seguidores, e, conseqüentemente, seu blog também possui muitos acessos. Além disso, o conteúdo de suas mídias sociais e blog são muito parecidos com os conteúdos dos atuais blogueiros e youtubers de beleza e entretenimento que também fazem muito sucesso.

Para estudar esse fenômeno, a pergunta-problema da pesquisa é: “Qual a influência de mídias sociais como as do Hugo Gloss na prática jornalística, especificamente no jornalismo de entretenimento?”

Escolhe-se Hugo Gloss como objeto de estudo por ser este uma figura pública que se utiliza de interações crossmidiáticas, e pelos jovens e outros websites de jornalismo de entretenimento se utilizarem de expressões informais e bem-humoradas de Gloss, como a globo.com.

Os objetivos são entender algumas das questões de como se caracteriza e se manifesta o jornalismo de entretenimento. Pesquisa-se assim a influência de mídias sociais como as do Hugo Gloss na prática jornalística, especificamente no jornalismo de entretenimento, se essa prática pode ser chamada de jornalismo, quais as relações com os leitores, quais as transformações que essas redes sociais estão trazendo para a prática profissional jornalística e de que maneira se posicionam os jornalistas de entretenimento nas mídias sociais.

Metodologia:

O percurso metodológico seguido para esta pesquisa de como as redes sociais do Hugo Gloss influenciam no entretenimento atual foi realizar as seguintes etapas no período de doze meses:

- Pesquisa de referências bibliográficas que se relacionem com o assunto, com a ajuda do professor orientador;

- Escrita do referencial teórico;
- Análise do blog Hugo Gloss;
- Escrita dos resultados e conclusões;
- Organização do trabalho como artigo científico.

A pesquisa foi dividida nos seguintes eixos:

2.1. Internet, em que foi apresentado de forma sintética a história da cibercultura, com autores como Marshall McLuhan, Manuel Castells e Pollyana Ferrari;

2.2. Jornalismo de Entretenimento, em que foi apresentado o significado do entretenimento e do jornalismo de entretenimento com autores como Fabia Angélica Dejavitte, Neal Glaber e Eugênio Bucci;

2.3. Mídias Sociais, em que foi apresentada de forma panorâmica as principais mídias sociais atuais, com autores como Fabia Angélica Dejavitte, Henry Jenkins e Pierre Lévy;

2.4. Hugo Gloss, em que foi apresentado objeto de estudo;

2.4.1 Análise do blog HUGO GLOSS, em que foi apresentado de forma estrutural seus conteúdos e

dados técnicos.

De março a junho de 2016, data de entrega do relatório sintético, foi realizada a pesquisa de referências bibliográficas com a ajuda do orientador e a escrita do referencial teórico. Nele utilizamos principalmente os autores Henry Jenkins, com seu livro “Cultura da Convergência” (2009), Fabia Angélica Dejavite, com o “INFOtenimento – informação + entretenimento no jornalismo” (2006) e Marshall McLuhan com “Os meios de comunicação: como extensões do homem” (1996).

De junho a outubro de 2016, data de entrega do relatório parcial, o referencial teórico foi se aprimorando e também foi feita a análise do blog Hugo Gloss e o início da escrita dos resultados com a ajuda do orientador.

De outubro de 2016 a abril de 2017, data de entrega do relatório final, foi concluído todo o trabalho, foi feita a revisão em português e em inglês e as considerações finais, com revisão e ajuda do orientador para transformar a pesquisa em um artigo científico.

O instrumento utilizado foi a internet e os livros, onde estão as pesquisas bibliográficas. As técnicas foram qualitativas, já que as pesquisas foram analisadas, observadas, identificadas, caracterizadas e apresentadas através de seu conteúdo argumentativo e explicativo.

Resultados e Discussão:

De acordo com Jenkins (2009), o novo paradigma para entender a transformação midiática neste novo mundo globalizado e multimidiático, é analisado desde três fatores, a convergência dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva, todos presentes no trabalho de Hugo Gloss. Já que se trata de um blog que possui fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas (redes sociais), há uma interação entre o produtor (Bruno Rocha) com os consumidores (comunidade de fãs) e esses conteúdos são construídos coletivamente, todos contribuindo de alguma forma para esse blog crescer.

Conforme Dejavite (2006), podemos concluir que o jornalismo de entretenimento tem a função de entreter e informar o leitor ao mesmo tempo. Segundo Jenkins (2009), o fenômeno mídias sociais têm um impacto na maneira como o jornalismo de entretenimento se caracteriza nos dias de hoje, com interações crossmidiáticas e participação ativa do leitor, sendo o jornalismo de entretenimento hoje um dos campos mais propícios para essas interações crossmidiáticas acontecerem.

A maioria dos jovens nos dias de hoje leem o blog Hugo Gloss e se utilizam das expressões informais e bem-humoradas no dia a dia, assim o jornalismo de entretenimento passou a usá-las também, como o site globo.com em notícias sobre a novela “Verdades Secretas” que utilizava o nome dos personagens da forma que Hugo Gloss brincava em suas redes sociais, principalmente o Snapchat.

Por exemplo, nos resumos da novela “Verdades Secretas” da Rede Globo no blog Hugo Gloss (2015), um dos personagens protagonistas, Alex (Rodrigo Lombardi) foi apelidado de RajGrey, já que Bruno Rocha fez uma junção do personagem Raj da novela “Caminho das Índias” da Rede Globo, protagonizado pelo mesmo ator e o personagem Grey do filme “Cinquenta Tons de Cinza”. Esse foi um dos marcos humorísticos de sua carreira, logo depois desse sucesso, até o site Ego da globo.com (2016) mencionou RajGrey como se fosse o nome do personagem de Rodrigo Lombardi na novela “Verdades Secretas”.

Um exemplo de como Hugo Gloss interage com seu público-leitor, foi o Concurso Cultural do DVD de Game of Thrones no seu blog (2016). Sempre que Bruno Rocha entrevista alguma celebridade ou que recebe produtos repetidos de marcas, ele cria um concurso cultural, para sortear os produtos para sua comunidade de fãs.

Observando os autores, fica-se então, caracterizado o blog como uma mídia jornalística, já que se trata de um material apurado e verdadeiro, de interesse do público-alvo, com um diálogo com os leitores, caráter opinativo e operação diante de múltiplas plataformas.

Respondendo à pergunta-problema, as mídias sociais como as do Hugo Gloss influenciam de forma positiva no jornalismo de entretenimento, já que “abre espaço” para um jornalismo mais bem-humorado, mas que não tire o propósito do jornalismo, de ter um material verdadeiro e bem apurado, e que agrada muitos jovens nos dias de hoje.

Conclusões:

Na minha opinião, o blog Hugo Gloss e um site informativo e divertido para acessar nos dias de hoje, pois é um site bem “completo”, além de encontrar notícias verdadeiras e apuradas do mundo do entretenimento, é possível participar de concursos culturais e ainda acompanhar as mídias sociais ao longo do dia para se distrair e informar.

Acredito que os objetivos da pesquisa foram atingidos e a pergunta-problema foi respondida, e, portanto, concluo que o blog é um espaço novo para expor opiniões e ideias, mas também é possível usá-lo jornalisticamente, assim como Hugo Gloss o faz. Acredito que esse seja um campo de muito crescimento na área do entretenimento, já que os jovens atualmente gostam e acompanham o blog do Hugo Gloss justamente por isso, por ele trazer um conteúdo apurado e verdadeiro de forma bem-humorada e divertida. E por isso, muitos sites de entretenimento estão se adaptando cada vez mais à essa nova forma, como o site globo.com.

As mídias sociais acredito que sejam um complemento do blog, já que no seu site Hugo Gloss publica as notícias, e em suas redes sociais ele discute as mais repercutidas. Além disso, são nas mídias sociais que Bruno Rocha pode ver a opinião de seu público e discutir ideias pertinentes para seus conteúdos. Isso também é algo que as tradicionais empresas jornalísticas estão criando, para se adaptar a essa nova era do jornalismo.

Referências bibliográficas

Blogueiro comenta a vida de famosos e reúne milhões de fãs na web. Rio de Janeiro: Veja, 10 out. 2015. Carla Knoploch. Disponível em: <<http://vejario.abril.com.br/cidades/hugogloss-seguidores-web-famosos/>> Acesso em: 15/07/2016.

BRAZIL DIGITAL FUTURE IN FOCUS 2015. Virgínia: comScore, 18 maio. 2015. Disponível em: <<https://www.comscore.com/por/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2015/2015-Brazil-Digital-Future-in-Focus>> Acesso em: 11/04/2016.

Bruno Rocha, o criador do Hugo Gloss: potência das redes sociais. São Paulo: Veja, 27 set. 2015. João Batista Jr. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blog/terrace-paulistano/bruno-rocha-o-criador-do-hugo-gloss-potencia-das-redes-sociais/>> Acesso em: 15/07/2016.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa.** São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento - informação + entretenimento no jornalismo.** São Paulo: Paulinas, 2006.

DIGITAL IN 2016. New York: We Are Social, 27 jan. 2016. Disponível em: <<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>> Acesso em: 11/04/2016.

Duas tragédias?! Saiba o que rola no último capítulo de “Verdades Secretas”. Rio de Janeiro. 25 set. 2015. Pedro Hosken. Disponível em: <<http://www.hugogloss.com/index.php/tv/duas-tragedias-saiba-o-que-rola-ultimo-capitulo-de-verdades-secretas/>> Acesso em: 15/10/2016

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital.** 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2004.

GABLER, Neal. **Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade.** São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

Internautas comparam BBBs com Camila Queiroz e Rodrigo Lombardi. Rio de Janeiro. 13 jan. 2016. Laís Gomes. Disponível em: <<http://ego.globo.com/bbb-16/noticia/2016/01/internautas-comparam-bbbs-com-camila-queiroz-e-rodri-go-lombardi.html>> Acesso em: 17/02/2016

JENKINS, Henry; **Cultura da convergência.** 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação: como extensões do homem.** Editora Cultrix. Ed. 8. 1996.

NAHRUA com HUGO GLOSS. Realização de Nah Cardoso. São Paulo: Youtube, 2016. (26 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=89_h2WwL0Q4>. Acesso em: 15/07/2016.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA 2015. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 19 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>> Acesso em: 11/04/2016.

Regulamento Concurso Cultural DVD Game of Thrones. Rio de Janeiro. 23 mar. 2016. Disponível em: <<http://www.hugogloss.com/index.php/regulamento-concurso-cultural-dvd-game-thrones/>> Acesso em: 18/02/2017

ROCHA, Bruno. Hugo Gloss. Disponível em: <www.hugogloss.com>. Acesso em: 02 out. 2015.