



## **A Influência da Utilização do Hipertexto na Produção de Jornalismo Interpretativo para Internet<sup>1</sup>**

**Nanachara Carolina Sperb<sup>2</sup>**

### **Resumo**

A Internet é um veículo de leitura não linear que utiliza o hipertexto para ampliar as formas de levar informação ao usuário. A hipertextualidade corresponde à disponibilização de blocos de texto escrito, fotografias, vídeos, áudio, infográficos e outros recursos multimídia em páginas web da Internet. O artigo busca averiguar se a utilização de recursos hipertextuais oferece possibilidades de contextualização e interpretação da notícia ao leitor, favorecendo o jornalismo interpretativo. Para isso compara os sites informativos Terra e Uol.

Palavras-chave: Jornalismo, Internet, hipertexto, Terra, Uol

### **Introdução**

A Internet é um veículo de leitura não linear. O leitor/usuário acessa as notícias em sites jornalísticos, e pode ter, assim, possibilidades de ampliar o conhecimento sobre os assuntos que lhe despertarem a curiosidade. O hipertexto é a ferramenta informatizada que oferece ao leitor a possibilidade de “caminhar” de uma página para outra. Não corresponde somente aos links<sup>3</sup> dispostos em uma página, mas à disponibilização de textos escritos, fotografias, vídeos, áudio, infográficos e outros recursos multimídia. É a concepção de blocos de texto unidos por links e dispostos em forma de rede. São documentos digitalizados, interligados em computadores.

É possível fornecer, além das informações, opiniões e interpretações diversas a respeito de um tema, ao publicar uma reportagem na web<sup>4</sup>? Com base nessa afirmação, de que forma a estrutura da notícia pode ser mais ou menos aberta às interpretações do usuário, conforme a apresentação dos elementos hipertextuais e a hierarquização das informações?

O crescimento do número de computadores e conexões à Internet mostra que a entrada dessa mídia no âmbito profissional e pessoal dos indivíduos é um processo irreversível. No Brasil, o número de pessoas acessando a Internet passou de 6,79

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Jornalismo do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade do Contestado – campus de Concórdia. Contato: nanacharas@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Também chamados de hiperlinks, são, conforme James (1992), ligações que interconectam documentos. As ligações iniciam com um botão (palavras, frases ou áreas em destaque) que, ao ser clicado, leva a um destino (uma linha do texto, um segmento de hiperdocumento que contenha uma idéia ou conceito, outro documento, um quadro, um vídeo em movimento, uma seqüência de animação ou um programa).

<sup>4</sup> Web ou Word Wide Web significa, em inglês, teia de abrangência mundial. É abreviada por WWW.



milhões em 2000 para 12,2 milhões em 2005<sup>5</sup>. ”A revolução da comunicação engloba tudo por onde passa, integrando cada vez mais serviços, abrindo possibilidades de interação em todas as direções”. (WOLTON, 2003, p.97).

Assim, o jornalismo tem na Internet mais uma possibilidade de público a ser explorada. É o leitor da web que comanda as ações de clique em links na hipermídia<sup>6</sup>. Pelas diversas formas de apresentação e a facilidade de publicação, a web oferece várias opções para a segmentação de público, entre os que acessam esse tipo de mídia, como portais com páginas iniciais personalizadas mediante login, por exemplo. De acordo com Wolton (2003, p.101), “A existência de uma mídia remete sempre à existência de uma comunidade, uma visão das relações entre escala individual e escala coletiva e uma determinada representação dos públicos”. Afirma ainda que realizar com êxito uma mídia temática é sempre mais fácil do que uma generalista, já que reúne público com interesses específicos. A segmentação, com produção de conteúdo exclusivo, conforme Ferrari, é uma boa opção para os produtores de conteúdo on-line.

Entender o poder da mídia é o primeiro passo para a construção de produtos inovadores e instigantes do ponto de vista editorial. Conteúdo original é necessário quando se busca uma audiência significativa para o produto e não simplesmente marcação de território na Internet. (FERRARI, 2004, p. 52).

O artigo trata a relação entre hipertexto e jornalismo, e de que forma a estrutura narrativa apresentada nos sites noticiosos permite ou não uma maior abertura a interpretações do conteúdo pelo usuário/leitor. O objetivo principal é averiguar se a utilização de recursos hipertextuais oferece possibilidades de contextualização e interpretação da notícia ao leitor. Além disso, comparar, nos sites informativos *Terra*<sup>7</sup> e *Uol*<sup>8</sup>, a abertura às contextualizações e interpretações da notícia oferecida ao leitor através do uso de recursos hipertextuais; verificar a disposição, organização e hierarquização das informações nas páginas web em estudo; constatar se são utilizados os recursos jornalísticos (texto escrito, fotografias, áudio e vídeo), e a forma como são relacionados na construção do hipertexto. Foram escolhidos os sites *Terra* e *Uol* para

---

<sup>5</sup> Conforme Ministério da Ciência e Tecnologia (2006).

<sup>6</sup> O suporte para a transmissão de informações baseadas em computadores e todos os métodos utilizados para isso são chamados de hipermídia. (JAMES, 1992).

<sup>7</sup> <http://www.terra.com.br/>

<sup>8</sup> <http://www.uol.com.br/>



serem analisados e comparados<sup>9</sup>. Conforme Alexa Web Search<sup>10</sup> são os dois sites originalmente brasileiros e com conteúdo jornalístico mais acessados no país.

## 1 O Jornalismo na Era da Comunicação Virtual

O progresso da humanidade esteve sempre intimamente ligado à evolução da comunicação. Há quatro décadas começou o fenômeno da Internet, que revolucionou diversos campos: do conhecimento, do trabalho, do comércio e do lazer. A Internet expressa processos, interesses, valores e instituições sociais. Constitui a infra-estrutura tecnológica do mundo atual, a base de diversas formas de relacionamento social. Na Era da Comunicação Virtual a Internet é utilizada para quase tudo, por todos que têm acesso.

Nesse sentido, a Internet não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. A Internet é o coração de um novo paradigma sociotecnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a Internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos. (CASTELLS in MORAES, 2003, p. 287).

O paradigma construcionista (TRAQUINA, 2004) surgiu na década de 1970. Sustenta que as notícias colaboram com a construção social da realidade. Existem diversas teorias sobre o jornalismo. A interacionista<sup>11</sup>, sustentada sob o enfoque construcionista<sup>12</sup> é, provavelmente, a teoria que proporciona uma visão mais completa

---

9 As notícias analisadas foram capturadas nos dias 28, 29 e 30 de outubro de 2006. As datas foram escolhidas devido à realização do segundo turno da eleição para presidente da República. Esse fato, historicamente, gera grande movimentação jornalística e matérias especiais em todos os veículos de comunicação, não sendo diferente na Internet. Uma vez ao dia a imagem da tela da página inicial (capa) do site foi capturada e analisada, e também a página da matéria destaque e seus referentes links. O horário da captura foi aleatório, variando entre as 17 e 21 horas de cada data.

10 Órgão indicado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil ([www.cgi.br](http://www.cgi.br)) para fornecer as informações sobre os sites mais acessados no país.

11 Silva (2002, p. 256) situa a importância de nos determos em torno de um novo paradigma interacionista, ao considerar as mudanças radicais das condições de produção dos discursos.

12 As teorias estruturalista e interacionista situam o jornalista em seu local de trabalho e reconhecem a importância dos constrangimentos organizacionais, preocupando-se com a cultura jornalística, a estrutura dos valores-notícia dos jornalistas, a ideologia dos membros da comunidade e as rotinas e procedimentos que os profissionais utilizam. É rejeitada a visão instrumentalista das notícias. A teoria estruturalista destaca o papel dos media na reprodução da ideologia dominante. Para os defensores dessa teoria, os media não se limitam a criar as notícias, nem a conspirar em favor da ideologia dominante, mas a sua relação estrutural com o poder faz com que reproduzam as definições daqueles que têm “acesso privilegiado, como que de direito, aos media como ‘fontes acreditadas’” (TRAQUINA, 2004, p. 179). A relação de poder aqui estabelecida refere-se àquela relacionada às fontes, que passam a definir seus interesses como pauta para os veículos de comunicação. Porém, a teoria estruturalista é insuficiente em alguns aspectos, pois não considera, por exemplo, que os jornalistas possam desafiar esse poder por meio de ações como a reportagem, o jornalismo investigativo, ou os furos. A linha interacionista reconhece a importância dos definidores primários (aqueles que escolhem, primeiramente, a definição ou interpretação do tópico em pauta para uma



dos processos de estruturação noticiosa e aborda com mais conveniência alguns aspectos importantes para o estabelecimento de relações com a pesquisa.

### 1.1 O Jornalismo Interpretativo

O jornalismo consiste em coletar, redigir, editar e divulgar informações. De acordo com Beltrão (*apud* Melo, 2003), no Brasil podem ser definidas três categorias de jornalismo: A) Jornalismo informativo; B) Jornalismo Interpretativo; e C) Jornalismo opinativo. Essa divisão tem por critério as funções que exercem junto ao leitor: informar, explicar e orientar. De forma mais geral, Melo (2003) divide o jornalismo em duas categorias – opinativo e informativo. Conforme o autor, essa distinção entre as duas variações corresponde a um artifício profissional e político.

Profissional no sentido contemporâneo, significando o limite em que o jornalista se move, circulando entre o dever de informar (registrando honestamente o que observa) e o poder de opinar, que constitui uma concessão que lhe é facultada ou não pela instituição em que atua. Político no sentido histórico: ontem, o editor burlando a vigilância do Estado, assumindo riscos calculados nas matérias cuja autoria era revelada (comments); desviando a vigilância do público leitor em relação às matérias que aparecem como informativa (news), mas na prática possuem vieses ou conotações. [...] Narrar os fatos e expressar as idéias segundo os padrões historicamente definidos como jornalismo informativo e jornalismo opinativo não altera fundamentalmente o resultado do processo interativo que se estabelece entre a instituição jornalística e a coletividade que tem acesso ao universo temático e contudístico manufaturado continuamente. (MELO, 2003 p.25).

Porém, essa situação pode ser modificada ao se aplicar o jornalismo interpretativo<sup>13</sup>. O jornalismo interpretativo utiliza algumas das técnicas da comunicação com as massas – além de explicar e informar, também ensina, mede e valoriza, oferecendo a interpretação mais ampla possível (Hohenberg *apud* ERBOLATO, 2004). Para Ornes (*apud* ERBOLATO, 2004), essa modalidade do jornalismo oferece ao leitor as causas e conseqüências, pois não existem fatos isolados, mas sim partes de uma concatenação de ocorrências. “Jornalismo interpretativo é o que estabelece conexões entre um fato e uma situação ou contexto mais amplo” (HERRERA

---

determinada notícia), mas diferencia-se da linha estruturalista ao admitir a possibilidade de outros agentes sociais mobilizarem o campo jornalístico segundo seus objetivos. Reconhece o poder dos jornalistas na definição do que é notícia e de como é construída. Mas admite que a rotinização do trabalho leva à dependência das fontes oficiais, o que denota o exercício de poder também por parte dessas fontes. O próprio acesso aos *media* é um poder.

<sup>13</sup> A nomenclatura jornalismo “interpretativo” está sendo combatida pelos pesquisadores por entender que pode haver excessos no termo, já que o repórter pode transportar a própria idéia ou dos entrevistados ao mostrar vários ângulos da notícia. “Não se poderia, a rigor, falar em interpretação, sem que se oferecesse ao leitor algo de opinião” (ERBOLATO, 2004, p. 31) Porém, esse termo será utilizado no decorrer do trabalho por ser mais conhecido no meio acadêmico local.



*apud* ERBOLATO, 2004, p.33). Para este autor, o jornalismo interpretativo trata de projetar o significado e sentido das ocorrências em três direções: antecedentes de um fato, contexto social e conseqüências – nada surge isoladamente, pois um acontecimento sempre é parte de uma situação geral. Essas direções podem ser trilhadas e as informações encontradas ao utilizar-se o hipertexto, que traz a possibilidade do leitor acessar os arquivos que contextualizam a informação, mostram situações semelhantes que tenham ocorrido e possíveis conseqüências do acontecimento. A isso pode ser dado o nome de historicidade.

O jornalismo interpretativo não pretende, porém, regressar aos velhos tempos, quando as notícias, os comentários e as opiniões eram publicados em um só texto, de forma entremeada. O novo jornalismo, mesmo ao contrário do que julgam alguns jornalistas americanos, deseja aprofundar-se na análise das ocorrências e complementá-las com matérias paralelas, *mas sem que seja emitida qualquer opinião*. (ERBOLATO, 2004, p. 34).

Interpretar objetivamente é mais difícil do que informar, pois no primeiro caso os fatores subjetivos têm mais espaço para se manifestar do que quando os fatos são simplesmente narrados. Por isso, Erbolato (2004) destaca a necessidade de separar aspectos da produção jornalística: informação, interpretação e opinião. A interpretação noticiosa pode ser feita sem prejuízos à realidade pois, conforme Markel (*apud* ERBOLATO) notícia é informar, interpretação é explicar e opinião é dizer que algo pode ser decidido sem maiores considerações. “A interpretação – acentuou Lester Markel – é parte essencial das colunas de notícias. Porém, a opinião deve ficar confinada, quase religiosamente, nas colunas editoriais”. (ERBOLATO, 2004, p 35). Conforme Erbolato, esse é um ponto importante<sup>14</sup>.

O jornalismo interpretativo exige que a informação tenha mais investigação e aprofundamento. Ela se materializa na reportagem (ou grande reportagem). Conforme Copple (*apud* MINGORANCE, 2002), as notícias necessitam ser interpretadas para que o leitor tenha acesso completo à origem da notícia, saiba do alcance dos fatos e circunstâncias no momento que acontecem, e possa explorar o resultado deles no futuro (interpretação), analise os fatos e situações descritas anteriormente (análise). A grande reportagem representa, de forma mais apropriada, o gênero jornalístico interpretativo.

Jornalismo interpretativo deve ser entendido como a informação que, sem opinar, coloca diante da massa o quadro completo da situação da atualidade. [...] a interpretação jornalística é atributo do exercício profissional consciente. Se o jornalista ultrapassa os limites da busca do sentido das diferentes forças

---

<sup>14</sup> Acrescentamos que a opinião também pode aparecer em outros espaços, com a assinatura de quem a defende.



que atuam em uma situação, configurada em suas origens e em suas possíveis projeções, se submete os dados colhidos e o sentido encontrado a uma escala de valores própria, pessoal, estará em pleno domínio da opinião. (BELTRÃO *apud* MINGORANCE, 2002, p. 57).

Beltrão separa a interpretação da opinião. Acredita que a segunda deve ficar a cargo do leitor. Conforme Dines (*apud* MINGORANCE, 2002, p. 58), o indivíduo não quer saber somente o que acontece em sua volta, mas de sua situação em relação aos acontecimentos.

Isto só se consegue – segundo Dines - com o engrandecimento da informação a tal ponto que ela contenha os seguintes elementos: a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção para o futuro. (MINGORANCE, 2002, p. 58).

Na Web, as reportagens especiais, ou grande reportagem, ganham destaque e importância (PERRET *apud* MINGORANCE, 2002). A Internet não tem limitação de espaço físico, o que favorece o aprofundamento da informação, ao contrário de periódicos impressos, onde o acréscimo de uma página acarreta custos extras, e veículos radiofônicos e televisivos, que são organizados especialmente em função do tempo.

Perret ressalta que as reportagens têm chances de ficar dias, semanas, meses no site, o que seria impossível num impresso em virtude do custo. No entanto, ele assinala com a impossibilidade de perenidade desse material. “É evidente que as reportagens especiais se esgotam e um dia são tiradas do ar”. O que significa esse “um dia” está ainda em fase de determinação. (MINGORANCE, 2002, p. 59).

As reportagens especiais não são produzidas sobre qualquer assunto, mas sim seguem alguns critérios, não específicos, como eventos e datas especiais ou assuntos em destaque no momento. As principais diferenças entre reportagens especiais impressas e na Web são o espaço, como mencionado anteriormente, e a linguagem utilizada. Conforme a autora<sup>15</sup>, o jornalismo interpretativo busca um significado social para os acontecimentos, e também conexões entre eles.

[...] persegue-se a compreensão do mundo, das relações do homem com seu entorno, numa sociedade com ligações cada vez mais complexas. Essa grande reportagem, fruto do jornalismo interpretativo, parece vir, portanto, com o fim de situar o homem no seu contexto, localizá-lo para gerar ação diante do que se apresenta. Assim, a reportagem exige uma grande pluralidade e vozes e angulações, de forma a se apresentar da forma mais completa possível para a opinião do leitor. (MINGORANCE, 2002, p. 61).

---

<sup>15</sup> Mingorance (2002) baseia-se em vários teóricos da comunicação para o estudo. Entre eles, Claudia Quadros, John Pavlik, Edvaldo Pereira Lima, Alberto Dines, Luiz Beltrão, José Luis Benavides Ledesma e Carlos Quintero Herrera e outros.



Ao entrar em um ambiente multimidiático, o leitor tem a possibilidade de vivenciar a experiência de leitura multisensorial, sinestésica<sup>16</sup> (XAVIER *apud* MINGORANCE, 2002). Segundo ele, essa forma de leitura otimiza a compreensão das idéias de quem produziu o texto, deixando mais claras as suas exposições na mesma proporção que utiliza os recursos pluritextuais da informática.

O raciocínio de Xavier quer mostrar que as várias possibilidades de referências textuais, portanto, pluritextuais, geradas pelas características do hipertexto contribui para fazer do leitor online um cidadão do mundo, compreendedor de seu entorno, já que ele tem ao seu alcance dados antes inimagináveis. Atribuir ao hipertexto todo esse “poder” nos parece um tanto exagerado. Principalmente considerando que o que está disponível online já é resultado da visão de mundo de quem produziu. A grande vantagem do hipertexto, sem dúvida, considerando o ponto de vista de Xavier, parece ser a possibilidade de cruzamento de dados, de comparações de visões de mundo. Outra grande vantagem é a possibilidade de o leitor se transformar em editor na medida em que pode também produzir seu próprio website, aí com sua visão de mundo, a preço relativamente baixo. No entanto, é sabido que informações expostas por diversos meios cognitivos (visão, audição etc) são mais rapidamente fixadas. (MINGORANCE, 2002, p. 83).

O uso do hipertexto tem influência sobre o jornalismo interpretativo produzido para Internet, de acordo com Mingorance (2002), com a qual concordamos. À medida em que realiza tentativas de compreender o mundo, o leitor realiza gestos de interpretação e define a versão final para a leitura.

[...] quanto mais explícitas as idéias e mais claros os argumentos do autor pelos aparatos sígnicos, maior será o estímulo à participação e ao engajamento do leitor no processo de apreensão da significação. Ele achar-se-á muito mais instigado, verdadeiramente compelido a descobrir a proposta de sentido lançada pelo autor no hipertexto, já que poderá contar com outros meios simbólicos que não apenas o lingüístico para consignar seu intento de leitura. (XAVIER *apud* MINGORANCE, 2002, p. 83).

Em 1969, surgiu uma rede de computadores capazes de se comunicar entre si, que evoluiu para se tornar o que hoje conhecemos por Internet. A Internet pode ser definida como “[...] um conjunto de recursos tecnológicos que coloca à disposição de qualquer cidadão que possui computador, um modem e uma linha telefônica uma quantidade de informação e possibilidades de acesso a serviços diversificados”. (MOHERDAUI, 2002, p. 19).

---

<sup>16</sup> As formas variadas de textualizar idéias sobrepostas e relacionadas entre si em um mesmo suporte físico.





O número de usuários cresce vertiginosamente desde a disseminação em instituições de ensino, empresas e residências.<sup>17</sup> Conforme o Ministério da Ciência e Tecnologia (2006), no ano de 2000, 4% (6,79 milhões de pessoas) da população brasileira tinha acesso à Internet. O Comitê Gestor da Internet no Brasil noticiou, em janeiro de 2006, que o país encerrou o ano de 2005 com 12,2 milhões de usuários ativos de Internet residencial, conforme levantamento realizado pelo instituto Ibope/Net Ratings. O crescimento em relação a dezembro de 2004 é de 12,4%.

## 1.2 O Jornalismo na Internet

Dois termos são amplamente utilizados quando se trata de jornalismo na Internet: jornalismo online e webjornalismo<sup>18</sup>. É importante, portanto, diferenciar cada um, a fim de ter uma compreensão melhor do campo estudado. Conforme Canavilhas, o jornalismo online surgiu quando os *mass media* migraram para a Internet.

O chamado “jornalismo online” não é mais do que uma simples transposição dos velhos jornalismo escrito, radiofônico e televisivo para um novo meio. Mas o jornalismo na web pode ser muito mais do que o actual jornalismo online. Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a Internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia. (2001, p. 1).

Ferrari (2004) sustenta a afirmação de Canavilhas. “A maioria dos sites jornalísticos surgiram como meros reprodutores de conteúdo publicado em papel” (FERRARI, 2004, p. 23). Os veículos personalizados e interativos, conforme a citação anterior, surgiram somente em uma etapa posterior, sendo o primeiro deles o “The Wall Street Journal”, em 1995.

O jornalismo online é desenvolvido em tempo real, utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede. Tem fluxo de informação contínuo e praticamente instantâneo. “As possibilidades de acesso e transferência de dados on-line utilizam-se, na maioria dos casos, de tecnologia digital. Porém, nem tudo o que é digital é on-line”. (MIELNICZUK *in* MACHADO; PALACIOS, 2003, p. 43). O webjornalismo<sup>19</sup> implica na utilização de uma parte específica da Internet – a web, onde o conteúdo está disponibilizado de forma bastante amigável através de interface gráfica. Para o público

---

<sup>17</sup> Conforme Ferrari (2004) e Pinho (2003).

<sup>18</sup> Entre outros, que não serão abordados neste artigo.

<sup>19</sup> Neste trabalho será utilizado o termo webjornalismo referindo-se a prática da produção de notícias para a web.





leigo, muitas vezes Web é sinônimo de Internet, porém esta é somente uma parte da grande Rede, que envolve recursos e processos em níveis mais elevados. Conforme Canavilhas (2006), a nomenclatura está relacionada ao suporte utilizado para transmitir informação. Por exemplo, o telejornalismo usa a televisão, o radiojornalismo, o rádio, e o webjornalismo, a web.

O webjornalismo tem características próprias, definidas por diversos autores. Bardoel e Deuze (*apud* MIELNICZUK, 2006) identificam quatro elementos: a interatividade, customização do conteúdo, hipertextualidade e multimídia. Palácios (*apud* MIELNICZUK, 2006) aponta cinco: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Cada uma dessas características reflete potencialidades oferecidas pela Internet ao jornalismo desenvolvido para a Web. Porém, nem todos esses itens são explorados pelos sites jornalísticos, seja por razões técnicas, conveniência, tipo de produto oferecido, aceitação dos consumidores.

Matérias especiais produzidas no webjornalismo costumam ser mais extensas, elaborado com mais tempo e ocupa seções específicas do site. Nesses casos, o conteúdo fica disponibilizado permanente e cumulativamente. “Nestas produções, além da memória, são utilizadas com maior frequência as características da hipertextualidade e multimídia na narrativa jornalística”. (MIELNICZUK *in* MACHADO; PALACIOS, 2003).

Há ainda a característica da multimídia ou convergência, definida no contexto do webjornalismo como a “convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico”. De acordo com Machado, “A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade”. (*in* MACHADO; PALACIOS, 2006, p. 18).

## 2 O Hipertexto

Quando se fala em hipertexto, logo vêm à mente os link's nas páginas web. Porém, exemplos dessa tecnologia podem ser encontrados em documentos antigos<sup>20</sup>. O

---

<sup>20</sup> Leonardo da Vinci, artista italiano da época do Renascimento e considerado um dos maiores gênios da humanidade, já praticava a hipertextualidade em suas anotações. Ao escrever, fazia indicações com setas e notas de rodapé para fora do texto, ampliando a explicação sobre suas obras. (FILHO; PELEGRINO, 2006)



termo hipertexto foi criado por Ted Nelson em 1965, definindo o novo modo de produção textual propiciado pelos avanços tecnológicos sintetizados na telemática. Filho e Pelegrino (2006) definem hipertexto como um conceito a respeito do modo de ler e escrever dos indivíduos.

O hipertexto em computadores e na Internet pode ser chamado de “hipertexto ciberespaço”<sup>21</sup>, já que pode estar conectado com outros em tempo real, apropriando-se de métodos de registro, armazenamento e circulação de informações proporcionados pela informática. Textos, imagens, vídeos, áudio, animações gráficas, planilhas eletrônicas e outros programas de apoio ao usuário são documentos eletrônicos que, reunidos em forma de rede dentro de um computador, em um conjunto de máquinas ou até mesmo na rede mundial, formam a hipermídia.

Com programas de hiperdocumento, nós podemos criar “documentos inteligentes” que orientem seus usuários, tenham inteligência artificial ou especialidades embutidas e possam adaptar-se às necessidades dos usuários. A maioria dos documentos separados pode ser interligada eletronicamente. (JAMES, 1992, p. 1).

A essa interligação eletrônica entre os documentos digitalizados dá-se o nome de hipertexto. Conforme James (1992), as informações estão exibidas na tela do computador em forma de texto escrito por letras. Sabe-se, porém, que o hipertexto não é composto somente de texto, mas de todos os documentos disponibilizados na hipermídia para o usuário. O hipertexto é, portanto, a possibilidade de levar o leitor a outras informações, além da primeira localizada na Internet, de poder acessar páginas internas ou de outros sites para ver vídeos, fotos, outros textos e também ter opiniões sobre o que está pesquisando.

A não-linearidade da estrutura de hipertexto e a transformação do leitor em autor são convenções e estão constantemente presentes na literatura do assunto abordado nesse trabalho. Conforme o leitor usa as opções e ferramentas hipertextuais oferecidas pelo site, realizando uma série de cliques, vai construindo uma seqüência própria daquela reportagem e de interpretação do assunto.

O hipertexto pode ser considerado como a linguagem da Internet, sendo requisito básico da navegação em qualquer tipo de site. Conforme Castro (2006, p.1), a Internet é um “ciberespaço” e possui uma “língua franca”, ou oficial.

---

<sup>21</sup> Neste trabalho será utilizado somente o termo hipertexto.



Essa “linguagem” permite a codificação de textos, imagens, gráficos, sons, animações e vídeos sob um formato único, capaz de ser interpretado e apresentado pelos chamados navegadores, que atuam como as janelas que se abrem no computador por sobre a Internet (CASTRO, 2006, p.1).

Os blocos de texto dos quais é formado o hipertexto são ligados entre si de diversas formas: ícones, palavras ou frases em destaque. Esses links remetem ao “aparato crítico”: comentários, críticas, informações adicionais. (CASTRO, 2006, p.2).

## 2.1 Os Formatos do Jornalismo na Internet

No jornalismo impresso utiliza-se normalmente o formato da “pirâmide invertida”. Para a Internet existem maneiras e modelos mais adequados de escrever – estrutura não linear, que utiliza o hipertexto. “No webjornalismo não faz qualquer sentido utilizar uma pirâmide, mas sim um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si. Um primeiro texto introduz o essencial da notícia estando os restantes blocos de informação disponíveis por hiperligação”. (CANAVILHAS, 2006). Isso porque, conforme pesquisa realizada e apresentada pelo autor, 79% das pessoas não lê as notícias palavra por palavra na Internet, mas sim faz um varrimento visual a procura de frases ou palavras que lhe despertem a atenção.

Conforme Nielsen e Morkes (*apud* CANAVILHAS, 2006), para que o texto seja melhor esquadrihado pelo leitor, critérios na apresentação são de grande valia. Entre elas, destacar as palavras-chave com links ou cores diferenciadas, utilizar subtítulos, apresentar uma idéia por parágrafo, ser conciso, usar listas sempre que a notícia permita. Diferente do jornal impresso, onde o espaço físico é limitado, a web possibilita que novas páginas sejam criadas com facilidade e rapidez, colocando mais conteúdo à disposição dos leitores.

A Internet permite a disponibilização online de conteúdo informacional em arquivos digitais de informações produzidas anteriormente, excluindo a necessidade de grandes arquivos físicos. Para a busca de conteúdo nesse material existem sistemas sofisticados de indexação e recuperação de dados.

Sem limitação de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (Instantaneidade e Interatividade) e de grande flexibilidade combinatória (Hipertextualidade) o Jornalismo tem na web a sua primeira forma de Memória Múltipla, Instantânea e cumulativa. (PALACIOS in MACHADO; PALACIOS, 2003, p. 25).



Não são raros os casos em que o jornalismo na Internet é feito apenas através da transposição de textos impressos para a mídia digital. Sobre isso, Castro (2003) afirma que são apenas reproduções digitais de discursos textuais. Concordamos, entretanto, com a afirmação de Castro, para quem o webjornalismo não deve ser apenas uma reprodução dos outros meios, mas sim um veículo distinto, que use de forma potencializada todas as propriedades oferecidas, a fim de ser criado efetivamente o hipertexto.

Ou seja, por mais que a utilização de recursos multimídia no webjornalismo possa ter a capacidade de oferecer diversas interpretações da notícia ao leitor, é preciso ter o cuidado de não distorcer os fatos e sentidos da informação no processo de desconstrução do texto e reconstrução em hipertexto.

### **Considerações finais**

No site Uol, em dois dias de notícias analisadas, não foi encontrado nenhum recurso hipertextual além de links para outros textos. Somente no domingo, dia da eleição, foi realizada a cobertura em tempo real da apuração dos votos, com recursos de tabelas e gráficos para apresentar os dados. Não existem vídeos, fotos ou arquivos de áudio que podem ser acessados pelo leitor. O site Terra trabalhou com mais recursos que o Uol: infográficos, galerias de fotos e vídeo ao vivo.

Os textos longos podem afetar a compreensão e interesse do leitor pelo tema. A hierarquização das informações em “píramide invertida” não é o formato mais adequado para o webjornalismo. No meio online, os pequenos blocos de texto são mais interessantes ao leitor. A apresentação de recursos hipertextuais, além de favorecer o estilo interpretativo de jornalismo, chama mais a atenção do leitor. O acesso ao arquivo de notícias favorece a característica de memória do jornalismo.

O uso de recursos hipertextuais favorece a produção do jornalismo interpretativo na Internet. Baseando-se nas afirmações de Mingorance (2002), é possível responder aos objetivos propostos no início. Ao publicar uma grande reportagem na web, utilizando recursos hipertextuais, pode-se fornecer ao leitor diversos ângulos de visão do assunto. Pode-se “ir além”, com dados adicionais em outras páginas web, linkando trechos para outros sites.



## Referências Bibliográficas

BARBOSA, Elisabete. *Interactividade: a grande promessa do Jornalismo Online*. Disponível em <[http://bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=barbosa-elisabete-interactividade.html](http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=barbosa-elisabete-interactividade.html)> Acesso em: 29 set. 2006.

BRANDÃO, Helena Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 8 ed. Campinas: Unicamp, 2004

BUCCI, Eugênio. Introdução: o senhor ordenador. In: GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no jornalismo: discorrer, disciplinar, controlar*. São Paulo: Hacker, Edusp, 2003.

CANAVILHAS, João Messias. *WEBJORNALISMO: considerações gerais sobre jornalismo na web*. Disponível em <[http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html)> Acesso em 23 mai. 2006.

CARRATO, Ângela. *Jornal Online: uma avaliação sobre a experiência mineira*. INTERCOM – XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Jornalismo Online. 2001, Campo Grande. Anais do XXIV Intercom, 2001.

CASTRO, João Cardoso de. *Hipertexto e Hermenêutica*. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/castro-joao-hipertexto-hermeneutica.pdf#search=%22hipertexto%20e%20hermeneutica%20site%3Awww.bocc.ubi.pt%22>> Acesso em: 22 ago. 2006.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. *A Comunicação Virtual segundo Lévy e Baudrillard*. INTERCOM – XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Jornalismo Online. 2001, Campo Grande. Anais do XXIV Intercom, 2001.

COMASSETTO, Eduardo. Apostila para aulas. *Comunicação como forma de sobrevivência: a evolução da linguagem e o surgimento da escrita*. Universidade do Contestado. Concórdia. Agosto de 2003.

COMITÊ Gestor da Internet no Brasil. *Informações*. Disponível em <<http://www.cgi.br/infoteca/clipping/2006/midia11.htm>> Acesso em: 3 set 2006.

COSTA, Luiz Lima; DORIA, Francisco Antonio; KATZ, Samuel. *Dicionário Básico de Comunicação*. 2 ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1975.

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo*. E ed. São paulo: Ática, 2004.

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



FILHO, Otávio. PELEGRINO, Egnaldo. *História do Hipertexto*. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/hipertexto/historia.html>> Acesso em: 28 set. 2006.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A atualidade no jornalismo*. Disponível em <[http://www.facom.ufba.br/Pos/compos\\_gtjornalismo/doc/2000/franciscato2000.doc](http://www.facom.ufba.br/Pos/compos_gtjornalismo/doc/2000/franciscato2000.doc)> Acesso em: 11 fev. 2002.

H.M Deitel, P.J. Deitel. *Java: Como programar*. 6 ed. São Paulo, Pearson Education, 2005.

JAMES, Martins. *Hipedocumentos e como criá-los*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

MACHADO, Elias. PALACIOS (orgs). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.

MEIRA, José Antonio. *Tendências na Comunicação*. Porto Alegre: LPM, 2000.

MELO, José Marque de Melo. *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3 ed. Ver e ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. *Características e implicações do jornalismo na Web*. Disponível em <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf#search=%20Luciana%20Mielniczuk%22](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf#search=%20Luciana%20Mielniczuk%22)> . Acesso em 27 ago. 2006.

MINGORANCE, Solange. *Influências Hipertexto na Geração de Jornalismo Interpretativo na Internet - um estudo de caso dos jornais impresso e online o "Estado de S. Paulo"*. 2002. 186 f. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), São Paulo.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. *Evolução da Internet no Brasil e no Mundo*. Disponível em <<http://ftp.mct.gov.br/Temas/info/Pesquisas/EvolInter.pdf#search=%22%22evolucao%20da%20internet%20no%20brasil%20e%20no%20mundo%22%22>> Acesso em 27 ago. 2006.

MOHERDAUI, Luciana. *Guia de Estilo Web: produção e edição de notícias on-line*. 2. ed rev. e ampl. São Paulo: SENAC, 2002.

MORAES, Denis (org). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MORETZSOHN, Sylvia. *Jornalismo em "tempo real": o fetiche da velocidade*. Revan: Rio de Janeiro, 2002.



ORLANDI, Eni. *Discurso e leitura*. 2 ed. Campinas: Unicamp, 1993.

ORLANDI, Eni. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. 3 ed. Campinas: Pontes, 2001.

PINHO, J.B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus, 2003.

PRIMO, Alex. *Quão interativo é o hipertexto?: da interface potencial à escrita coletiva*. Disponível em <[http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/quao\\_interativo\\_hipertexto.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/quao_interativo_hipertexto.pdf)> Acesso em: 22 ago. 2006.

SILVA, Luis Martins da. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 2002.

TERRA Publicidade. *Mídia Kit*. Disponível em <[http://publicidade.terra.com.br/noticias/1111\\_internautas.html](http://publicidade.terra.com.br/noticias/1111_internautas.html)>. Acesso em: 26 set. 2006.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2004.

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

VIZEU, Alfredo. *O Jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do discurso(AD)*. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.pdf#search=%22jornalismo%20etnoconstrucionista%22>> Acesso em: 11 out. 2006.