

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

GERSON DOVAL RAUGUST

HIPERTEXTUALIDADE NO JORNALISMO

A utilização do vínculo eletrônico nos webjornais Zero Hora, El País, Terra Brasil e Terra España na cobertura das eleições venezuelanas

Porto Alegre

2013

GERSON DOVAL RAUGUST

HIPERTEXTUALIDADE NO JORNALISMO

A utilização do vínculo eletrônico nos webjornais Zero Hora, El País, Terra Brasil e Terra España na cobertura das eleições venezuelanas

Monografia apresentada como requisito para a obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Orientação: Prof. Me. Marcelo Ruschel Träsel

Porto Alegre

2013

GERSON DOVAL RAUGUST

HIPERTEXTUALIDADE NO JORNALISMO

A utilização do vínculo eletrônico nos webjornais Zero Hora, El País, Terra Brasil e Terra España na cobertura das eleições venezuelanas

Monografia apresentada como requisito para a obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Aprovado em: _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Francisco Rüdiger – PUCRS

Prof. Dr. Juan Domingues - PUCRS

Prof. Me. Prof. Me. Marcelo Ruschel Träsel - PUCRS

Porto Alegre

2013

Dedico este trabalho à minha mãe, Julia
Doval Raugust, que me ensinou a nunca desistir e
que diariamente me mostra que é possível começar
algo novo e sempre temos o que aprender

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Me. Marcelo Ruschel Träsel pela orientação e apoio durante a realização deste trabalho e a oportunidade de aprendizado.

Aos demais professores da Pontifícia Universidade Católica pelo conhecimento que me foi passado e que foram fundamentais na minha construção profissional.

Aos colegas que, ao longo do curso, sempre se mostraram dispostos e companheiros e que transformaram esses quatro anos em um período agradabilíssimo.

A meus irmãos, Joni, Gisele, Daniel e Elisabete, e minha mãe, Julia, que sempre estiveram ao meu lado, com apoio e orientações que foram fundamentais na minha formação como ser humano e cidadão e que se refletem nas áreas profissional e educacional.

Aos meus filhos, Gunar e Giovanne, que me ensinaram a ver a vida com mais simplicidade, valorizando pequenas coisas e conhecendo o amor incondicional.

À Cristine Pires, minha companheira, que está sempre ao meu lado e foi a grande incentivadora pela minha retomada aos estudos, sendo mais do que apenas uma referência profissional, mas cúmplice na vida, tornando-a especial.

I had (and still have) a dream that the web could be less of a television channel and more of an interactive sea of shared knowledge.(BERNERS-LEE, 1995)

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo avaliar os aspectos hipertextuais dos webjornais Zero Hora, *El País*, Terra Brasil e *Terra España*. A pesquisa se baseia numa análise de conteúdo da presença de *hyperlinks* no material jornalístico produzido na cobertura das eleições venezuelanas durante o período de 9 a 15 de abril de 2013 nestes quatro veículos. Compõem o estudo não apenas a identificação da existência dos elos, mas também seus redirecionamentos, de modo a comprovar se os webjornais permitem uma experiência de leitura hipertextual aos leitores. A partir do levantamento e classificação dos *hyperlinks*, é possível discutir se houve mudanças no tratamento da notícia no ambiente digital, ou se é mantida a lógica da comunicação em massa e domínio da informação pelas empresas de comunicação, negando a estrutura baseada no compartilhamento de dados, essência da *WorldWide Web*. A pesquisa também verifica se existem semelhanças na forma de utilização dos vínculos por esses webjornais conforme sua origem ou nacionalidade, identificando um padrão de comportamento ou distinção entre aqueles relacionados a suportes impressos e aqueles originados dentro da *WorldWide Web*. O trabalho dá especial atenção à narrativa hipertextual e à conexão com conteúdos externos que garantem ao leitor a possibilidade de autonomia na construção de sua leitura.

Palavras-chave: Hipertexto. Hipermídia. Jornalismo digital. Webjornalismo. Hyperlink.

ABSTRACT

This study aims to evaluate the hypertextual aspects of the webjournals Zero Hora, El País, Terra Brasil and Terra España. The research is based in a content analysis focused in the presence of hyperlinks in the journalistic material produced during the coverage of the Venezuelan elections, which happened between 9th and 15th of April, 2013 on those news vehicles. The study is not comprised solely in identifying the existence of links, but also their redirects, aiming to verify if the webjournals allow anhypertextual reading to their readers. From the survey and classification of the hyperlinks, it is possible to discuss if there were any changes in the treatment given to the news inside the digital environment, or if the mass communication logic is maintained, neglecting the structure based around sharing data, the essence of the World Wide Web. The research also verifies if there are any similarities in the way that links are utilized in those webjournals, regarding its origins or nationality, identifying a behavior pattern or distinction between those related to printed media and the ones with origins inside the World Wide Web. The study gives special attention to the hypertextual narrative and the connections with external content that grants the reader the possibility of constructing the reading in a more autonomous manner.

Keywords: Hypertext. Hypermedia. Digital journalism. Web journalism. Hyperlink.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Linha do tempo do Hipertexto	26
Gráfico 1 – Utilização do <i>hyperlink</i> interno nos webjornais com origem em outros veículos de comunicação	72
Gráfico 2 – Utilização do <i>hyperlink</i> externo nos webjornais com origem em outros veículos de comunicação	73
Gráfico 3 – Utilização do <i>hyperlink</i> interno nos webjornais nativos na <i>World WideWeb</i>	74
Gráfico 4 – Utilização do <i>hyperlink</i> externo nos webjornais nativos na <i>World WideWeb</i>	75
Gráfico 5 – Utilização do <i>hyperlink</i> interno nos webjornais brasileiros	77
Gráfico 6 – Utilização do <i>hyperlink</i> externo nos webjornais brasileiros	78
Gráfico 7 – Utilização do <i>hyperlink</i> interno nos webjornais espanhóis	78
Gráfico 8 – Utilização do <i>hyperlink</i> externo nos webjornais espanhóis	79

LISTA DE TABELAS

Tabela1 – Quadro geral da utilização do <i>hyperlink</i>	66
Tabela 2 – <i>Hyperlinks</i> documentais e referenciais internos	68
Tabela 3 – <i>Hyperlinks</i> documentais e referenciais externos	69

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	HIPERTEXTO E A RECONFIGURAÇÃO VERBAL	14
2.1.	DEFINIÇÕES E CONCEITOS DE HIPERTEXTO	16
2.2.	DO PROJETO MECÂNICO AO TEXTO ELETRÔNICO.....	21
2.3.	A WORLD WIDE WEB E O HYPERLINK	27
3	WEBJORNALISMO	35
3.1.	CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE WEBJORNALISMO	37
3.2.	RECUPERAÇÃO HISTÓRICA DO WEBJORNALISMO	40
3.3.	CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO	44
3.4.	O HYPERLINK NO WEBJORNALISMO	48
3.5.	CENÁRIO ATUAL DO WEBJORNALISMO	53
4	A PRESENÇA DO HYPERLINK NO WEBJORNALISMO	57
4.1.	SITES ANALISADOS	59
4.1.1.	Zero Hora	60
4.1.2.	Terra Brasil	60
4.1.3.	El País	61
4.1.4.	Terra España	62
4.2.	METODOLOGIA APLICADA	62
4.3.	O HYPERLINK NOS WEBJORNAIS	64
4.3.1.	Vínculos para documentação interna	68
4.3.2.	Vínculos para documentação externa	69
4.4.	ANÁLISES CRUZADAS	70
4.4.1.	Análise pela origem	71
4.4.2.	Análise pela nacionalidade	76
5	CONCLUSÃO	81
	REFERÊNCIAS	86
	APÊNDICE A – Quadro com as notícias publicadas por webjornal.....	90

1. INTRODUÇÃO

A prática do Jornalismo na *World Wide Web* está bastante consolidada. Embora diversas experiências ainda sejam realizadas, a rede digital deixou de ser uma novidade e um grande laboratório. Atualmente, encontramos redações dedicadas unicamente ao Webjornalismo, com equipes e estruturas completas. As grandes empresas de comunicação substituíram a simples transposição de conteúdo das mídias tradicionais para a tela do computador por material produzido exclusivamente para esse novo ambiente. Além disso, existem webjornais que surgiram com atuação específica na rede e desvinculada dos grandes grupos de comunicação.

Desse modo, é esperado que, ao ingressar na *World Wide Web*, o Jornalismo incorpore as características que são específicas dessa nova mídia. Ao apresentar o projeto da criação da nova subrede ao CERN, Berners-Lee (1989) propõe que toda a sua estrutura seja baseada numa linguagem hipertextual. O objetivo era desenvolver um ambiente de troca e construção de informações contínuas, facilitando o desenvolvimento das pesquisas científicas. Esse conceito de compartilhamento de conteúdo acompanhou o desenvolvimento do meio, no qual os papéis de autor e leitor foram reconfigurados.

O quadro que se formou é resultado das principais características do hipertexto, que são baseadas na não linearidade. Isso faz com que o leitor tenha um poder até então inexistente. A construção do conteúdo parte das decisões do receptor, que pode optar pelo caminho a seguir a partir de seus interesses pessoais. Isso só é possível por meio do *hyperlink*, um vínculo eletrônico que possibilita a conexão entre os documentos publicados na rede, fazendo dele o verdadeiro agente transformador do texto digital, tornando-o aberto e dinâmico (LANDOW, 1995). O *hyperlink* cria para os leitores alternativas que permitem o aprofundamento, a contextualização e a memória de formas individuais e únicas. Mas, para que sua funcionalidade seja efetiva, ele precisa necessariamente estar disponível e visível no texto, e essa é uma função do autor, a quem cabe decidir quando usá-lo e que tipo de direcionamento será feito.

O objetivo do presente estudo é avaliar a utilização do *hyperlink* no Webjornalismo com enfoque nos direcionamentos que os vínculos oferecem. A pesquisa se baseia na análise de conteúdo, identificando a presença dos elos e as

conexões que eles criam, aferindo se eles permitem uma experiência de leitura hipertextual concreta. Faz parte do trabalho a comparação entre webjornais de dois países diferentes para, por meio dessa relação, identificar a existência ou não de uma padronização no uso dos nexos pelas empresas jornalísticas.

O interesse do pesquisador pelo tema vem do crescimento que o Webjornalismo obteve nos últimos anos, o que garantiu não apenas um maior público, mas também modificou uma imagem inicial de ser apenas um replicador ou agregador de outras mídias, conquistando credibilidade como fonte de informação. Além disso, existe o desafio para uma atividade que sempre foi detentora do poder de comunicar e atuar em uma plataforma de textos abertos.

Para o desenvolvimento do estudo, o capítulo dois tratará das questões teóricas envolvendo o hipertexto. Sob a temática da reconfiguração textual proporcionada pela nova linguagem, trará os conceitos e definições da estrutura hipertextual, a recuperação histórica de sua evolução e o cenário criado pela *World Wide Web*, com ênfase na importância do *hyperlink*. A partir de Landow (1995, 1997), referenciarão o conteúdo Chartier (2002), Lévy (1993, 1999), Casalegno (1999), Nelson (1965), Aaeseth (1997), Santaella (2004), Bugay e Ulbricht (2000), Trivinho (2007), Xavier (2003), Kolb (1997), Nascimento e Paiva (2009), Berners-Lee (1989), Ferraz (2007), Koch (2009), Araújo e Lobo-Sousa (2009), Mielniczuk e Palácios (2001) e Fraga e Flores (2005).

O capítulo três abordará o Webjornalismo e se propõe a apresentar as definições e conceitos da atividade jornalística na *World Wide Web*, o processo de transformações pelo qual a atividade passou desde sua entrada na rede e as principais características. Também comporão a respectiva parte do trabalho, o papel do *hyperlink* e o atual momento desse segmento do Jornalismo Digital. Subsidiarão o debate os autores Pernisa e Alves (2010), Lévy (1999), Pinho (2003), Silva (2001), Palácios (2003), Moherdauí (2002), Ferrari (2003), Mielniczuk (2004, 2005, 2012), Ventura (2007) e Viana (2001).

Já o capítulo quatro se dedicará a analisar 222 notícias publicadas pelos webjornais Zero Hora, El País, Terra Brasil e Terra Espanha, na cobertura das eleições venezuelanas durante o período de 9 a 15 de abril de 2013. A partir desse recorte, será feito o levantamento da presença do *hyperlink* nas matérias e seus direcionamentos. Também serão realizadas comparações entre os veículos conforme sua origem empresarial e nacionalidade, através das características do

uso do vínculo eletrônico pelas publicações, identificando os pontos em comum de cada um desses endereços.

Essa análise servirá de base para o último capítulo, que irá verificar se as formas que os *hyperlinks* são aplicados no conteúdo jornalístico dos referidos webjornais permitem que o leitor tenha uma experiência de leitura hipertextual, e se essas aplicações encontram simetria com o que se propõe em relação ao Webjornalismo, conforme apresentado nos capítulos dois e três. Cabe salientar que este estudo não é definitivo, não apenas por se tratar de uma pequena parcela do total de publicações que são postadas diariamente na *World Wide Web*, mas também em decorrência da velocidade com que as mudanças e evoluções acontecem dentro da rede mundial de computadores, sendo necessário acompanhamento constante dos fenômenos que nela ocorrem.

2. HIPERTEXTO E RECONFIGURAÇÃO VERBAL

O hipertexto traz uma nova relação com o conteúdo verbal. As mudanças que ele propõe não se referem apenas a questões estruturais, principalmente a da não linearidade, mas também reconfigura a relação que o leitor tem com o texto, além do conceito de autoria e formas de construção da informação. Este capítulo se propõe a apresentar a Teoria do Hipertexto, seus principais fatos históricos, a sua aplicação na *World Wide Web* e as mudanças que ele trouxe ao transformar o leitor em um usuário que atua como um coautor, construindo constantemente a informação e rompendo com uma estrutura de centralização, formato, linguagem e tamanho existentes até então.

O hipertexto não pode ser visto apenas como um novo formato, mas, sim, como responsável por modificações nas questões culturais e sociais. O processo de transformação está no seu início, não sendo possível ainda mensurar o quão profunda essas transformações serão. Porém, já se pode perceber, principalmente através da *World Wide Web*, que elas ocorrem de forma muito rápida e podem ser tão significativas quanto as que aconteceram com o aparecimento dos impressos.

A evolução decorrida do surgimento da prensa possibilitou que o acesso às obras literárias fosse cada vez mais popularizado. A leitura, aos poucos, foi deixando de ser uma atividade dominada por poucos, onde a maioria das pessoas dependia somente da oralidade. Na medida em que o número de alfabetizados crescia, a prática da leitura foi se transformando em uma atividade individual e os tipos de publicações que surgiam, iam gradativamente atingindo as mais diversas parcelas das populações, fazendo com que o ato de ler deixasse de ser uma atividade exclusivamente erudita e elitizada.

Com o passar do tempo, novas tecnologias apareceram e ampliaram cada vez mais o acesso à informação. O rádio e a televisão são exemplos de mídias que agiram dessa forma. Com elas, o texto passa para novas plataformas, na qual incorpora o áudio e as imagens, adquirindo linguagens e dinâmicas conforme as possibilidades de cada meio. Contudo, indiferentemente da plataforma, a estrutura se mantém, a informação é enviada de forma unilateral, onde um emissor atinge muitos com uma mensagem linear, dentro de um espaço, e com a limitação de tamanho ou tempo que essas mídias impõem.

O hipertexto rompe com essa ideia de formato e tamanho. Landow (1995) defende que, com o texto digital, é preciso assumir novos conceitos como

multilinearidade, nós, nexos e redes, ao invés dos tradicionais, centro, margem, linearidade e hierarquia, características da mídia tradicional. E quando se pensa nas possibilidades do hipertexto dentro da *World Wide Web*, essas amarras de limitações desaparecem por completo. Além da questão estrutural, a dinâmica oferecida neste ambiente para a construção do conteúdo apresenta-se como uma nova forma em que todos os campos são atingidos, não se restringindo ao leitor, pois toda a experiência em relação à edição é modificada em decorrência da velocidade e da estrutura da rede de computadores (LANDOW, 1997).

Por isso, é leviano tratar a *World Wide Web* apenas como uma nova plataforma e o hipertexto como um modo de convergir às linguagens existentes. É preciso compreender as mudanças e as exigências que elas estabelecem. No novo quadro, a oposição existente entre a escrita e a imagem é substituída por um novo suporte, em que o texto invade a tela, antes dominada somente pela imagem (CHARTIER, 2002). Assim, limitar a nova linguagem a uma união entre os dois não permitirá explorar da melhor maneira todas as possibilidades hipertextuais.

Uma das mudanças em decorrência do novo suporte encontra-se na relação do leitor com o conteúdo. No ambiente digital, ela abandona a postura de receptor passivo e assume um papel de usuário ativo. Ao contrário do que acontecia com o aparelho de televisão, que é uma ponta de rede, o computador assume o papel de ferramenta de troca, de produção e de estocagem, tornando-se um instrumento de poder (LÉVY, 1999). Landow (1995) chama a atenção para o fato de tecnologias sempre concederem poder a alguém, seja para quem as têm ou utiliza. No caso do hipertexto, esse poder é fornecido a todos aqueles que possuem acesso à rede, pois ele é responsável por romper a passividade receptora, graças à sua estrutura democrática e de sua construção contínua. Essas características estão na essência do hipertexto, que, desde sua origem, tem por objetivo o compartilhamento da informação.

Entretanto, é preciso salientar que o hipertexto e a *World Wide Web* são elementos novos para a maioria das pessoas, e que o domínio da linguagem encontra-se em um processo de solidificação. Portanto, é necessária a garantia de que todas as suas possibilidades possam ser experimentadas e exploradas e de, principalmente, a multiplicidade de pontos de vista e informações (LANDOW, 1995). Dessa forma, tentar cercear suas características ou controlar a sua utilização acaba por reduzir o potencial que esse tipo de texto possui. Acreditar que o que se tem até

então é definitivo e, partindo disso, criar regramentos, impondo uma limitação que não condiz com a natureza da linguagem, é estancar mudanças que ainda estão em processos iniciais.

O texto eletrônico ainda cria muitas dúvidas e discussões em relação à cultura, poder e sobre o indivíduo, mas ele não pode ser considerado mais ou menos natural do que qualquer outra forma de escrita. Porém, mantém um duplo papel, sendo uma tecnologia revolucionária, mas, ao mesmo tempo, destrutiva (LANDOW, 1995), já que altera conceitos e posições até então inabaláveis. Portanto, em uma analogia com o próprio hipertexto, as suas virtudes, aplicações e possibilidades estão em constante processo de construção e descoberta e acontecem de forma coletiva, como o que ocorre com um texto digital inserido em um ambiente no qual computadores de todo o mundo se encontram ligados em rede.

2.1. DEFINIÇÕES E CONCEITOS DE HIPERTEXTO

Ao analisar o hipertexto, a principal característica que se destaca é a não linearidade. Sua estrutura é composta de blocos de texto que são interligados através de vínculos que permitem que a leitura seja feita de forma livre, sendo construída a partir da escolha do leitor, que seleciona qual o conteúdo pretende acessar e a ordem em que isso será feito. Casalegno (1999, p. 287) resume o hipertexto como “um texto composto de blocos de palavras, ou de imagens, conectados eletronicamente, conforme múltiplos percursos, numa textualidade sempre aberta e infinita”. Em outras palavras, trata-se de um texto fragmentado, com uma escrita não sequencial, intermediado por ligações em que o leitor estabelece diferentes esquemas e escolhe as partes de seu interesse (CASALEGNO, 1999).

Outro ponto que precisa ser destacado é que o hipertexto utiliza-se de todas as possibilidades de linguagens, não se resumindo apenas a escrita, e que podem estar conectados a textos diferentes, como explica Lévy (1993, p. 33):

Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes gráficas, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira.

Essa estrutura é baseada em Nelson (1965) e sua proposta inicial de hipertexto. No artigo em que apresenta a ideia central que vem a ser o alicerce para o desenvolvimento do texto não linear, ele explica como um arquivo permite disposições de armazenamento que possibilitam acessá-lo de qualquer forma e de diferentes maneiras ao mesmo tempo. Isso é possível graças a um conjunto de funções que garantem a manipulação e controle desses arquivos. Assim, o comando não se limita ao arquivo acessado, mas também sobre aqueles que não estão visíveis no momento, mas que mantêm relação com o que está sendo manipulado.

Sendo assim, o hipertexto rompe a estrutura com que tradicionalmente se constrói um texto, fundamentado em uma linearidade na qual o produtor define o trajeto da leitura do início ao fim. Isso faz com que um texto digital varie a cada leitura, não apenas através de diferentes leitores, como um mesmo leitor pode fazê-lo de formas diferentes, graças à configuração, convenções e mecanismos de texto, indo além da sequência rígida de palavras (AARSETH, 1997). Desse modo, o diferencial apresentado pelo hipertexto consiste nas possibilidades que ele apresenta por meio da leitura não sequencial e da sua estrutura de construção associativa, e sua essência está ao permitir que a leitura possa se dar de diversas formas através das conexões possíveis.

Em vez de um fluxo linear de texto como é próprio da linguagem verbal impressa, no livro particularmente, o hipertexto quebra essa linearidade em unidades ou módulos de informação, consistindo de partes ou fragmentos de textos. Nós e nexos associativos são os tijolos básicos de sua construção. Os nós são as unidades básicas de informação em um hipertexto. (SANTAELLA, 2004, p. 49)

Santaella (2004, p. 49, 50) completa dizendo que

Dado o caráter descontínuo dos nós, um outro tijolo básico da construção hipermediática está nos nexos ou conexões. Um discurso verbal arma-se em um todo coeso graças aos conectores gramaticais. Um artigo se estrutura em parágrafos de transição, tópicos e subtópicos, assim como um livro se organiza em capítulos. Do mesmo modo, a hipermídia também tem um sistema de conexões que lhe é próprio. O propósito básico desse sistema é conectar um nó a outro de acordo com algum desenho lógico, seja este analógico, arbóreo, em rede, hierárquico etc.

Assim, “nós e ligações são fundamentais para o modelo lógico do hipertexto” (BUGAY e ULBRICHT, 2000, p. 85). São eles que possibilitam uma hipertextualidade, na qual a leitura é construída conforme o interesse do leitor. O texto deixa de ser apenas o que está na tela, também faz parte dele o que não é

visível momentaneamente, mas está sempre disponível a partir de um clique. Referências, anotações, informações complementares compõem o conteúdo, dando a possibilidade de consultá-los como textos independentes, sem que eles deixem de pertencer a um outro texto ou textos, pois, diferentes links podem levar a um mesmo destino. O hipertexto permite mais do que a mistura de linguagens, textos, imagens e sons em um ambiente multimidiático, ele possibilita a organização reticular dos fluxos informacionais através da arquitetura hipertextual (SANTAELLA, 2004).

Essa característica de possuir conteúdos diversos não visíveis na tela, mas disponíveis, expande a questão da leitura. Para Trivinho (2007), o hipertexto está além de um fato concreto ligado à organicidade e às unidades visíveis, mas a uma possibilidade ao oferecer, através da interatividade, formas de trazer à tela o que está momentaneamente fora do campo perceptual. Ao mesmo tempo, ele permite o contrário, de tornar secundário o que era principal, em decorrência da seleção de blocos ou dados. Portanto, não estar visível não significa não fazer parte; o conteúdo é sempre o todo, bastando estar indexado para assumir seu papel na composição criada pelo leitor.

É importante compreender que as mudanças oferecidas pelo hipertexto não estão relacionadas apenas ao fato de se poder ligar um texto a outro. Mais do que isso, significa a construção de uma nova leitura. É uma forma de trabalhar linguística e cognitivamente dados múltiplos através de janelas abertas no computador. Cria-se, para o leitor, a possibilidade do acesso e absorção de informações multissensoriais. Textos, sons e imagens atuam de forma cooperativa para que a leitura hipertextual seja efetiva, construindo sentido em um ambiente digital (XAVIER, 2003).

Ou seja, o ato da leitura não é alterado apenas pelo fato de permitir uma independência na construção do texto, mas também de alterar a forma como ele se dá em relação à consulta de referências e associações. Os nós e vínculos eletrônicos não são responsáveis apenas pela ampliação dos limites dos textos, mas também de uma aceleração para certas funções de referências. A partir dessas transformações temporais de uma consulta referencial, o processo de consulta do leitor passa para uma classe prática contínua em decorrência da maior velocidade e comodidade desses enlaçamentos. Essas ligações assumem um papel semelhante ao de lâminas ilustrativas para o leitor (LANDOW, 1997).

Portanto, “um modelo digital não é lido ou interpretado como um texto clássico, ele geralmente é explorado de forma interativa” (LÉVY, 1993, p. 121). Ele não possui as amarras de outras plataformas, sendo “essencialmente plástico, dinâmico, dotado de uma certa autonomia de ação e reação” (LÉVY, 1993, p. 121). Essa característica nos coloca diante de um novo conceito de texto. Por mais que possa ser lido de forma isolada, no ambiente de rede ele sempre fará parte de algo maior, em um cenário aberto, interativo por natureza ao invés de unidirecional (SANTAELLA, 2004, p. 164).

A partir dessa realidade, a produção do conteúdo hipertextual também difere do texto linear. Para que o hipertexto tenha a sua funcionalidade efetiva, é necessário que, na sua construção, essa nova proposta seja considerada. É preciso garantir características que permitam que o assunto possa ser abordado de diversas formas. Assim, cada nó deve ter autonomia e ser explícito, com ideias bem articuladas e um título, respeitando a memória de curto tempo, trazendo a informação sob um determinado aspecto (BUGAY e ULBRICHT, 2000, p. 43). Isso garantirá a independência de cada um dos blocos, ao mesmo tempo em que compõe um documento mais amplo.

É preciso que o produtor garanta a característica estrutural do hipertexto que conta com a não linearidade, a possibilidade de diferentes linguagens, que vão além do texto escrito, e a ligação entre blocos de textos através de vínculos. Santaella (2004) reforça que não se trata de um texto para ser lido do começo ao fim. É um processo de escolhas, buscas e descobertas.

Esse percurso de descobertas, entretanto, não cai do céu. Ao contrário, para que ele seja possível, deve estar suportado por uma estrutura que desenha um sistema multidimensional de conexões. A estrutura flexível e o acesso não linear da hipermídia permitem buscas divergentes e caminhos múltiplos no interior do documento. Quanto mais rico e coerente for o desenho da estrutura, mais opções ficam abertas a cada leitor na criação de um percurso que reflete sua própria rede cognitiva. (SANTAELLA, 2004, p. 50)

Não se pode abrir mão do fato de o hipertexto ser aberto, sem limites e que não pode excluir outros textos, por isso, não deve haver em seu interior nada que gere algum tipo de restrição a outros conteúdos ou a sua interatividade (KOLB, 1997). Para Landow (1995), todo conteúdo marginal tem muito a oferecer na estrutura hipertextual por não haver um centro específico, sendo o conteúdo principal aquele que está visível no momento. Assim, o que é visível ou não, os

vínculos externos e internos são equivalentes e expandem seus limites. Isso faz com que não exista uma rede única, um texto que se complete por si só, pois “as redes são múltiplas e interagem sem que uma possa englobar as outras: o texto é uma galáxia de significantes e não uma estrutura de significados. Não há começo, mas reversibilidade, com vários acessos possíveis” (CASALEGNO, 1999, p. 287, 288)

Outro ponto que se pode destacar no hipertexto é o rompimento da hierarquia comum na estrutura linear. O seu caráter aberto retira os níveis de importância que cada um dos blocos poderia ter. A dissolução de um conteúdo central cria um modelo de trocas no qual nenhum dos conteúdos supere a outro, não havendo um domínio de um conteúdo sobre os demais. Por isso, é preciso a renúncia da ideia de um texto unitário, que precisa ser substituída pela do texto disperso, abrir mão da noção do tipo único e substituí-la pelo de uma de conjunto completo e de muitas variantes (LANDOW, 1995).

Na visão de Lévy (1993), as características dos hipertextos são formadas por seis princípios básicos que são indissociáveis. O primeiro é o da metamorfose, pois a rede hipertextual está em constante construção e renegociação, não tendo, portanto, forma ou tamanho estanque ou definitivo. Em segundo, o princípio de heterogeneidade, que considera que os nós e as conexões de uma rede são heterogêneos. O princípio de multiplicidade e de encaixe das escalas é o terceiro e atenta para o fato de o hipertexto ser organizado em modo fractal, em que cada nó ou conexão pode ser analisado e indicará que é composto por toda uma rede e de forma sucessiva indefinidamente, em todas as escalas.

O quarto princípio é o da exterioridade, que destaca que a rede não possui unidade orgânica, nem motor interno, seu tamanho e sua composição dependem de um exterior indeterminado com a adição de novos elementos, conexões com diferentes redes, entre outros. Em quinto lugar, está o princípio de topologia, que explica que tudo no hipertexto funciona por proximidade, por vizinhança, fazendo com que a rede não esteja em um espaço, mas seja o espaço. E, por fim, o princípio de mobilidade de centros, que considera o fato de a rede não possuir um centro, e sim diversos centros que são móveis, flutuando de um nó a outro perpetuamente.

A nova forma textual não significa necessariamente o término daquelas já existentes, mas impõe um novo papel em cada uma delas. Para Chartier (2002), não se pode decretar o fim do impresso ou do leitor em decorrência do novo suporte, mas é preciso ser considerada uma nova distribuição de papéis no que ele chama

de “economia escrita”, como a complementaridade dos diversos suportes e a sua nova relação não só física, mas intelectual com os textos. Isso significa que o texto eletrônico precisa se definir quanto à prática de simplesmente transferir para o ambiente eletrônico o material que foi produzido para outra plataforma, sem ter sido pensado ou submetido a ajustes ou edições, para ser adequado ao ambiente hipertextual. A defesa da utilização das técnicas disponíveis ao serviço de publicação significa, portanto, evitar se prender às facilidades preguiçosas da eletrônica e desenvolver as possibilidades oferecidas pela tecnologia.

Lévy (1999, p. 213) destaca o texto dentro dessa nova realidade eletrônica.

A página transforma-se; o texto subsiste. Poder-se-ia mostrar que assistimos à renovação espetacular da cultura literária ou literal. O tratamento de texto, o correio eletrônico, os fóruns de discussão na internet, os bancos de dados e, sobretudo, os hipertextos e os hiperdocumentos que constituem especialmente o *World Wide Web* e os CD-ROM nos fornecem surpreendentes ilustrações disso. O texto, portanto, multiplica-se, complexifica-se, explora-se cada vez melhor com novos instrumentos de pesquisa e de navegação.

Mas, embora não seja possível negar todas as transformações decorrentes do desenvolvimento do hipertexto no período contemporâneo, o processo ainda está em desenvolvimento. Mesmo que já tenha deixado de ser apenas um projeto experimental e esteja inserido de forma concreta no cotidiano do planeta, ele ainda está distante de ter toda a sua potencialidade colocada em prática e se tornar um único documento eletrônico. As duas décadas da *World Wide Web* são apenas uma parte da história de uma ideia que se iniciou nos anos de 1940 e ainda se encontra em um processo evolutivo.

2.2. DO PROJETO MECÂNICO AO TEXTO ELETRÔNICO

A expressão “hipertexto” hoje em dia é bastante familiar, sua popularização acompanha a da internet, principalmente, a da *World Wide Web*. Porém, a ideia de um texto não linear, dividido em blocos que possuem nós e permite que a leitura seja construída pelo leitor através de vínculos, não só é anterior à WWW, mas serviu de base para o seu desenvolvimento. Como comentam Bugay e Ulbricht (2000, p. 48), “o hipertexto tem uma história surpreendentemente rica, considerando que a maioria da população não tinha ouvido falar nele até poucos anos atrás”. Porém, três momentos são cruciais para que ele chegasse ao estágio no qual se encontra hoje.

A ideia do hipertexto surge com Vannevar Bush em 1945 (LÉVY, 1993), através do artigo “*As We May Think*”. Nele, o físico e matemático apresenta um projeto batizado “*Memex*”, que consistia em um reservatório multimídia de documentos, que incluía simultaneamente imagens, sons e textos, que, por meio de dispositivos periféricos, seriam interligados de forma fácil e rápida a novas informações, enquanto outros periféricos permitiriam a transformação da palavra em texto escrito. Para o armazenamento de toda a informação, Bush sugeria a utilização de microfilmes e fitas magnéticas, novidades do período, em um móvel de um ou dois metros quadrados.

O acesso às informações seria através de uma tela de televisão com alto-falantes. Além de utilizar o método clássico por indexação, um simples comando permitiria criar ligações independentes de classificações hierárquicas entre uma informação e outra. Depois que uma conexão fosse estabelecida, os itens que possuíssem alguma ligação ao objeto observado ficariam automaticamente disponíveis, através de um toque de botão. Assim, ao usuário do “*Memex*” seria permitido criar suas próprias linhas de associações na construção do seu saber.

A proposta de Bush não pode ser classificada como um delírio de uma mente fantasiosa. Quando publicou o referido artigo, ele comandava o organismo que coordenava o esforço de guerra dos cientistas norte-americanos durante o governo do presidente Franklin Roosevelt. Além disso, na década anterior havia concebido uma calculadora analógica ultrarrápida e teve papel importante para o financiamento da Eniac, a primeira calculadora eletrônica digital.

O que embasou o projeto de Bush foi sua percepção de que grande parte dos sistemas de organizações e indexações de informações usada pela comunidade científica são artificiais. A ordenação era meramente hierárquica, através de classes e subclasses, sob uma única relação, diferente do funcionamento da mente humana. O cientista reconhecia a impossibilidade de reproduzir a forma complexa com que o cérebro trabalha, mas o fato dele funcionar por associações serviu como referência para o desenvolvimento do projeto de mecanização da classificação através de seleção por associação de forma paralela a indexação clássica (LÉVY, 1993).

O projeto “*Memex*” de Vannevar Bush nunca chegou a ser colocado em prática, mas serviu como referência de uma nova proposta feita 20 anos depois. Foi Theodore Nelson (1965) quem cunhou a ideia do hipertexto, inclusive batizando-a, como uma forma de escritura e leitura não linear utilizando sistemas de informática.

O período era o início dos anos 1960, quando os primeiros sistemas de informática em rede estavam sendo instalados e os computadores não trabalhavam com bancos de dados e tampouco processamento de textos.

O projeto de Nelson recebeu o nome de “*Xanadu*” e consistia em uma grande rede acessível em tempo real que conteria os principais arquivos literários e científicos do planeta. Ele estaria disponível a milhões de pessoas que poderiam usá-lo para consultas, interconexões, interação e comentários de textos, vídeos e áudios disponíveis. Seria a materialização do constante diálogo que a humanidade mantém consigo e com seu passado.

Nelson (1965), ao defender sua ideia, explica que as estruturas dos arquivos necessários para o uso particular são diferentes dos utilizados em negócios e no processamento de informações científicas. Eles precisam fornecer capacidade para arranjar de forma intrincada e idiossincrática as informações, além de permitir modificabilidade completa para a documentação interna. Assim, o conceito inicial era o de desenvolver um arquivo para escritores e cientistas que faria o que eles precisassem, oferecendo a riqueza que eles gostariam. Mas a existência de tantas funções específicas torna a estrutura necessária extremamente complexa e a solução possível seria a de uma composição de blocos de construção simples e generalizada, orientada para o utilizador e de propósito geral integral.

Apesar de ter semelhanças genéricas com o sistema de processamento de listas, ele possui elementos que permitem modificações e criações de variáveis. Isso é realizado por sistemas que se apresentam ao usuário de forma multifacetada, como um quadro negro infinito. O sistema possui ramificações que se estendem como a recuperação de dados, biblioteconomia, programação, multimídia, uma mudança estrutural profunda necessária pra lidar numa forma de arranjo das informações.

A ideia central de Nelson é a de um texto que

permite situar assuntos distintos inter-relacionados em diferentes níveis de aprofundamento, proporcionando a personalização do processo de ensino-aprendizagem e permitindo ao usuário trabalhar em seu próprio ritmo, nível e estilo, adequando às suas características e interesses. Através de sua estrutura flexível, o hipertexto faz com que a navegação de um texto seja executada de forma lógica (ao contrário dos livros, onde é feita linearmente), além de permitir a indicação de partes do documento. Com sua estruturação, o hipertexto pode auxiliar o usuário a reaproximar diferentes elementos de informação para compará-los, confrontá-los ou analisá-los, possibilitando ao estudante adquirir diferentes abordagens sobre um mesmo assunto. (BUGAY e ULBRICHT, 2000, p. 41, 42)

Nelson teve inspiração na literatura e no cinema para desenvolver a proposta do hipertexto. Ele se baseou na dificuldade dos autores em transferir toda a complexidade das histórias para uma sequência linear (NASCIMENTO e PAIVA, 2009). Cabe ao leitor reorganizar o conteúdo durante a leitura, recolocando-a a uma estrutura não linear. Através do hipertexto, o objetivo é o de economizar tempo e esforço para o autor e o leitor, proporcionando um ambiente eletrônico com um mecanismo que ajude a exteriorizar o processo de construção de sentidos que não funciona de forma unidimensional.

Tanto o projeto “*Memex*”, de Vannevar Bush, quanto “*Xanadu*”, de Theodore Nelson, encontravam um obstáculo na sua aplicação no período em que foram apresentados: não havia tecnologia suficiente para serem colocados em prática. Para que um sistema de hipertexto seja implantado, são necessários quatro tipos de acesso ao texto e seu controle (LANDOW, 1995), a leitura, o estabelecimento de vínculos, a escrita e a existência da conexão em rede. Essa necessidade fez com que a possibilidade da implantação do texto eletrônico só fosse viável recentemente.

Entretanto, a impossibilidade da produção de hipertextos universais não impediu que, em uma escala menor, materiais fossem concebidos usando o conceito do hipertexto, dentro das limitações existentes. O caso mais característico é o do material multimídia desenvolvido para mídias ópticas como CD-ROM. Esse tipo de material foi utilizado principalmente em enciclopédias digitais, que ajudaram a popularizar o hipertexto.

Mas, se não houve a possibilidade dos projetos de Bush e Nelson serem aplicados, eles foram os alicerces de Tim Berners-Lee (1989) para desenvolver a *World Wide Web*. Berners-Lee é um pesquisador do CERN (Centro Europeu de Pesquisa Nuclear) e procurava uma forma de resolver um problema recorrente no centro, o fluxo de informações. O número de pessoas envolvidas e a rotatividade eram muito grandes, além de alguns pesquisadores desenvolverem seus estudos fora dos laboratórios do CERN - o tempo médio de um pesquisador é de dois anos na entidade. Isso acarretava em uma demanda de tempo para saber o que já havia sido feito, os resultados obtidos e outras formas de colaboração entre os cientistas.

Para Berners-Lee, os sistemas de indexação e de palavras-chave utilizados até então apresentavam uma série de problemas que afetavam o rendimento das pesquisas. Como solução, ele desenvolveu um projeto que atendia as necessidades existentes para otimizar o trabalho, o que acarretaria em maior eficiência com menos

tempo. Para a execução da proposta, ele considerou alguns pontos do trabalho desenvolvido na CERN. O primeiro é o fato das atividades no Centro serem distribuídas, o que faz com que o acesso remoto através de uma rede de computadores fosse essencial. Também precisava ser considerada a heterogeneidade do acesso aos dados dos diferentes tipos de sistemas como VM/CMS, Macintosh, VAX/VMS ou Unix.

Além disso, era preciso pensar na descentralização da rede. Os sistemas de informação começavam pequenos e iam crescendo, além disso, também se fundiam. O novo sistema deveria permitir que os já existentes se interligassem sem a necessidade de um controle central ou coordenação. Era preciso também garantir o acesso aos dados disponíveis, se isso fosse feito em formato de hipertexto, o sistema funcionaria mais rapidamente. Ele também deveria permitir a criação de links privados e públicos, análise de dados, gerações de listas e grupos de discussão e a informação aos usuários dessas criações ou mudanças que ocorressem nelas. O sistema de links deveria ser ativo, com os documentos interligados de forma que, cada vez que um fosse acionado, a informação seria recuperada, e elas não deveriam ser fechadas, com necessidade de algum tipo de requerimento para acessá-las, pois se trata de um ambiente em que a troca é muito mais importante do que o sigilo.

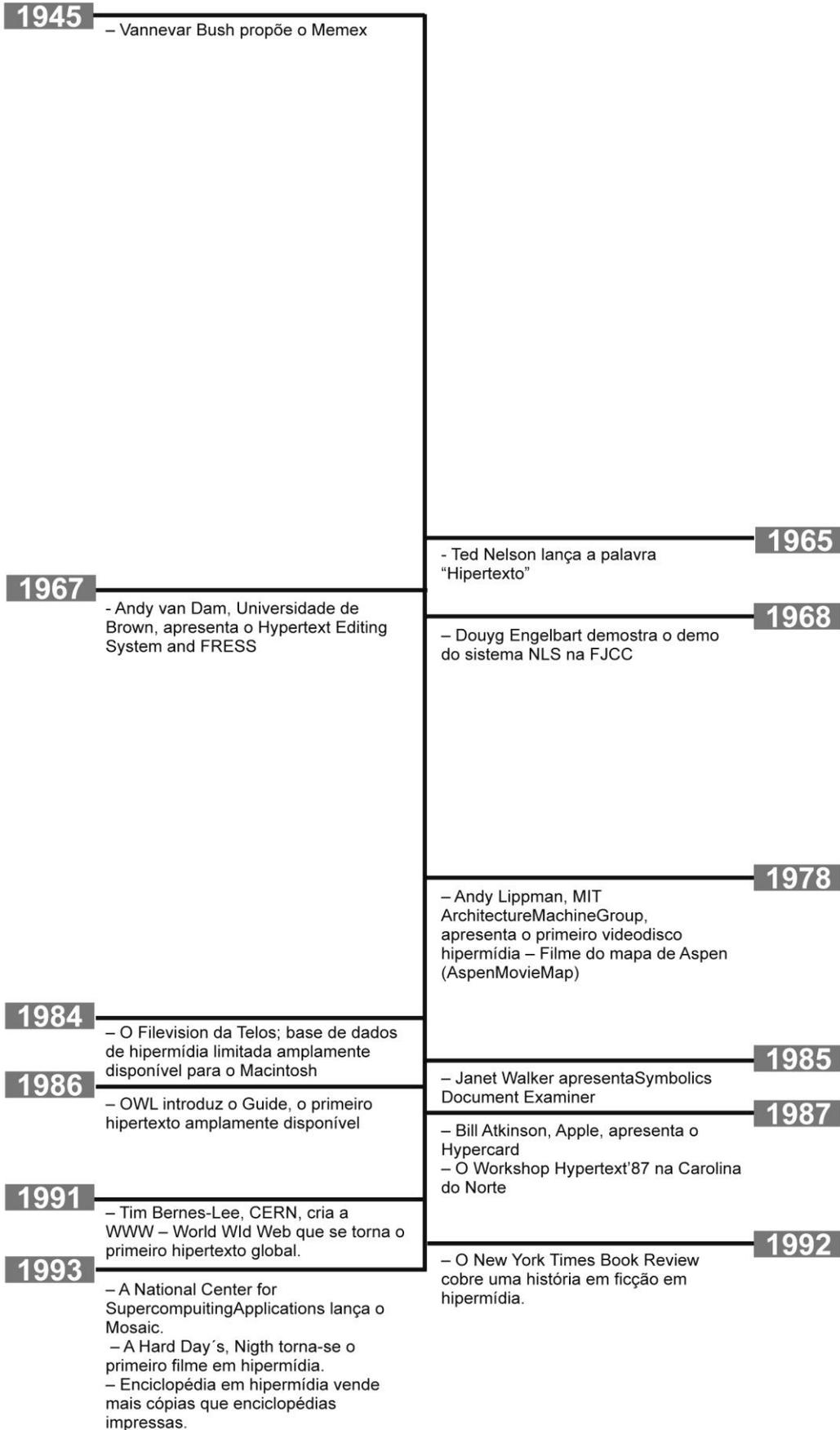
E foi a partir dessa proposta para solucionar os problemas relativos a um grupo de cientistas de um importante centro de pesquisas europeu que surge uma das principais revoluções comunicacionais. Através do sistema, é possível tornar disponível na rede qualquer documento digitalizado. Para Lévy (1999, p. 207 e 208)

Trata-se, provavelmente, da maior revolução na história da escrita, desde a invenção da imprensa. Salientemos que a explosão da Web não foi nem prevista nem desejada pelas grandes multinacionais da informática, das telecomunicações ou da multimídia, mas se expandiu como um rastro de pólvora entre os cibernautas.

Mas, como dito anteriormente, a *World Wide Web* pode ser considerada a ponta de um *iceberg*, porém, até chegar ao desenvolvimento de um sistema que permita que, por meio da rede mundial de computadores seja possível criar um documento hipertextual universal, diversas etapas foram necessárias. A figura 1 apresenta uma linha do tempo que identifica os principais eventos dessa evolução, desde a proposta inicial de Vannevar Bush até o início dos anos 1990, com a *World Wide Web* já estruturada.

Figura 1

LINHA DO TEMPO DO HIPERTEXTO



Porém, torna-se necessário reforçar que, apesar de sua riqueza histórica, o hipertexto ainda está em processo de expansão e desenvolvimento. Esse crescimento acompanha sua popularização, graças ao aumento do acesso à rede mundial de computadores. Os efeitos desse crescimento não serão sentidos apenas em um curto espaço de tempo, mas também em longo prazo. Eles apontam para uma democratização da informação e do poder, como já aconteceu anteriormente. Os processos de leitura e escrita, que antes eram elitizados e surgiram como uma arte secreta que contribuía para o poder do Estado, através do registro de tributos, propriedades e assemelhados (LANDOW, 1995), levaram muito tempo até tornarem-se acessíveis a todos. Assim, a *World Wide Web*, que surgiu para resolver um problema de fluxo informacional em um centro de pesquisa, acaba gradativamente se expandindo a todos e se aproximando da concepção do que seria um hipertexto universal.

2.3. A WORLD WIDE WEB E O HYPERLINK

Como dito anteriormente, a *World Wide Web*, criada pela equipe de Tim Bernes-Lee, do CERN, foi desenvolvida baseada no hipertexto, tendo como referência principal os projetos de Vannevar Bush e Theodore Nelson. Porém, os cientistas encontraram um ambiente propício para aplicar seus objetivos, a internet. Trata-se de uma super-rede mundial de computadores, na qual existem diversos serviços das mais variadas organizações, tendo como principal característica o fato de não possuir um dono (BUGAY e ULBRICHT, 2000), não haver um órgão central que a administre ou que controle as informações que nela circulam, tampouco uma hierarquia física ou lógica que possa limitar o acesso a ela.

Entretanto, é preciso tomar cuidado ao se referir à rede de computadores. É comum internet e *World Wide Web* serem tratadas como sinônimos, porém, apesar de estarem diretamente relacionadas, elas não são a mesma coisa. A internet é a rede, o caminho que interliga computadores em todo planeta que permite a troca de dados. Sua arquitetura é diferente das redes utilizadas até seu surgimento, nas quais existiam computadores centrais ou sistema de conexão em cascata. Na rede mundial de computadores, não existe um servidor central, sendo seu sistema estruturado em uma forma de teia. Assim, se um servidor

apresenta algum tipo de problema, apenas ele não será acessado, não comprometendo o resto da estrutura.

A internet é uma grande rede composta de dezenas de milhares de sub-redes que são ligadas as redes federativas, também chamadas de “espinhas dorsais”. Uma dessas sub-redes é a *World Wide Web* (WWW), que vem a ser a mais utilizada entre as existentes. Uma das principais razões pelo sucesso da rede está na sua simplicidade de uso.

A chave para conectar a rede está no seu conjunto subjacente de regras de comunicação ou protocolos. Para o usuário, a execução dos protocolos da rede é até certo ponto fácil, na medida em que não é necessário saber o que está por baixo da interface na tela, muito menos como funcionam os programas computacionais e a máquina em que esses programas são processados. (SANTAELLA, 2004, p. 38 e 39)

Em outras palavras, a internet é o meio, mas seu funcionamento é baseado em protocolos, cada serviço possui o seu e eles podem ser abertos ou restritos. A *World Wide Web* é um desses serviços. Seu protocolo é o HTTP (*HyperText Transfer Protocol*); esse protocolo utiliza uma linguagem específica chamada de HTML (*HyperText Markup Language*) que é uma linguagem de marcação extremamente simples, desenvolvida para a criação de documentos hipertextuais (BUGAY e ULBRICHT, 2000). Ela funciona por códigos que organizam a transferência de dados e a montagem das informações na tela do computador por meio de programas específicos, chamados *browser*. Portanto, a WWW está na internet, ela não é a internet.

Dentro da *World Wide Web*, existem endereços eletrônicos que podem ser acessados por qualquer pessoa conectada à internet. Esses endereços são localizados através de uma URL (*Uniform Resource Locator*). Eles possuem identificações específicas através de números de IP (*Internet Protocol*), Porém, para facilitar sua utilização, os endereços possuem nomes amigáveis e de fácil memorização, que são traduzidos para seu número de IP através dos servidores DNS (*Domain Name System*). Assim, cada página na WWW é um endereço único, porém, elas estão ligadas a um *site*, que é um conjunto de páginas pertencentes a um domínio único que possui o seu número de IP. Existem também os portais, que são agregadores de *sites*.

Isso faz com que uma página dentro da *World Wide Web* não seja independente, ele compõe um grande documento hipertextual. Para Lévy (1999, p. 213 e 214),

A página *Web* é um elemento, uma parte do *corpus* inapreensível da totalidade dos documentos da *World Wide Web*. Nesse sentido, não se restringe à função de registro e de restituição da informação. Preenche também uma missão de orientação, pois remete seletivamente a outras páginas através dos vínculos com o resto da rede, aos quais se tem acesso com um simples clique de mouse. Bem-concebida, uma página *Web* é uma encruzilhada, uma bifurcação, um instrumento de seleção ou de navegação, um agente estruturador, um microfiltro do gigantesco rio na cheia da *World Wide Web*. Cada elemento dessa bola que não se pode circunscrever é ao mesmo tempo um bloco de informação e um instrumento de navegação, uma parte do estoque e um ponto de vista original sobre este.

Porém, para que esse fluxo entre os textos exista, é necessária a utilização dos *hyperlinks*. Eles são elementos fundamentais do hipertexto, não se trata apenas de uma ferramenta, mas de uma parte que constitui o texto eletrônico, para que ele possa assim ser considerado. Portanto, texto e vínculo são indissociáveis. (FERRAZ, 2007). Dessa forma, a utilização do *hyperlink* é essencial no ambiente da *World Wide Web*, pois ele não é apenas responsável pelas conexões internas de um documento, mas também por vincular conteúdos de outros endereços que possam enriquecer a leitura. Landow (1995) os considera o centro da linguagem hipertextual, porque são responsáveis por acelerar o processo de estabelecimento de relações e apontam os caminhos para que isso se complete, o que permite não apenas o aprofundamento, mas também que isso seja feito de forma mais veloz e complexa possível.

Mesmo que, inicialmente, o conteúdo impresso tenha funcionado não apenas como suporte, mas também como fonte de conteúdo, em que páginas impressas eram transpostas para o meio digital de forma direta, sem modificações e adaptações, hoje não é possível associar o texto impresso ao eletrônico (FERRAZ, 2007). Uma das principais razões está na forma como o conteúdo digital é disponibilizado. Através dos vínculos, é possível o acesso aos mais diferentes documentos. Os elos criados pelas ligações são responsáveis pela leitura hipertextual.

O *hyperlink* é, portanto, o principal responsável pela não linearidade do hipertexto, tornando-se a ferramenta transformadora (LANDOW, 1995), pois, até então, nas plataformas tradicionais, não existe nada que se compare a essa

alternativa de criar vínculos, possibilitando a troca entre um texto e outro. Assim, é criado um domínio compartilhado do conteúdo entre autor e leitor durante a leitura. Essa nova linguagem transforma a relação com o conteúdo (CHARTIER, 2002). São textos, sons e imagens interligados ilimitadamente de forma eletrônica, de modo não linear. Nesse ambiente, os elos são responsáveis pela expansão da leitura em um texto sem fronteiras.

A importância dos vínculos hipertextuais é tão evidente que, logo ao primeiro contato, ela pode ser percebida por qualquer um. Landow (1997) destaca que, ao se defrontar pela primeira vez com a noção de hipertextualidade, muitas pessoas dão ao *hyperlink* a função de protagonista com função importante na leitura da nova linguagem, e com razão. Principalmente quando comparada aos impressos e sua estrutura. A possibilidade oferecida pelos vínculos é o verdadeiro agente transformador no texto digital.

E essa função transformadora do *hyperlink* ganha mais campo dentro da *World Wide Web*. Na rede, o texto rompe qualquer barreira limitadora, se opondo a outros tipos de textos que sempre se defrontam com fatores que irão demarcá-lo. Lévy (1999, p. 213) descreve essa diferença:

Em vez de um texto localizado, fixado num suporte de celulose, no lugar de um pequeno território com um autor proprietário, com começo e fim formando fronteiras, o da *World Wide Web* confronta-nos com documentos dinâmicos, abertos, ubíquos, indissociáveis de um *corpus* praticamente infinito. Enquanto a página de celulose figura um território semiótico, a que aparece na tela é uma unidade de fluxos, submetida às limitações da vazão nas redes. Mesmo se nas suas bibliografias ou notas ela se refere a artigos ou livros, a página material é fisicamente fechada. A virtual, em contrapartida, conecta-nos tecnicamente e de imediato, através de vínculos hipertextos, com páginas de outros documentos, dispersas por todo o planeta, que remetem indefinidamente a outras páginas, a outras gotas do mesmo oceano mundial de signos flutuantes.

O hipertexto possui características dinâmicas, ele está distante de ser um objeto estático ou com caminhos pré-definidos, as possibilidades criadas através dos *hyperlinks* fazem com que o texto apresente inúmeras possibilidades, criam uma mobilidade que, ao mesmo tempo em que agiliza um processo de pesquisa, oferece um aprofundamento maior. Qualquer texto que possua mais de um único vínculo se transforma em um centro passageiro (LANDOW, 1995), torna-se um ponto de partida ou uma escala que lhe garante a centralidade momentânea. O documento assume a posição de orientador, oferece caminhos a serem seguidos, para logo em seguida abandonar o status de texto-guia e se transformar em conteúdo periférico.

Essa propriedade é o que possibilita ampliar uma pesquisa, imergir em uma leitura, ampliando o assunto e agregando informações. O *hyperlink* permite que a associação de conhecimento seja livre, pois a rede flutua pelo documento sem fazer parte do mesmo (BUGAY e ULBRICHT, 2000). Um bloco de hipertexto não pertence a uma única leitura, a um só texto. Ele compõe diversas leituras, e em cada uma delas pode assumir um papel diferente, ele arranja variados contextos que acarretarão em formas de conhecimentos distintas. O próprio leitor pode incorporar esses documentos e criar um novo hipertexto com suas anotações, acréscimos e comentários.

A função do *hyperlink* não se restringe somente a vincular um texto ao outro, dentro da estrutura da *World Wide Web*, ele é responsável por garantir essa inexistência de um texto central. São eles que colocam, momentaneamente, um texto no epicentro desse universo textual, criando uma nova hierarquia (LANDOW, 1995). O centro sempre domina o que é periférico, entretanto, essa centralidade é temporária no texto digital. De forma alternada, é por vezes dominante, em outras secundárias, tornando-se uma passagem específica, não exercendo domínio sobre o restante do conteúdo publicado na rede.

E é essa descentralização que garante a intertextualidade do hipertexto. A não existência de um hipertexto principal, centro ou núcleo, permite que os textos se relacionem, se completem ou se oponham, criando uma relação de igualdade entre eles, fazendo com que seja possível que estejam em todos os lugares ao mesmo tempo (XAVIER, 2003). Assim, surge a possibilidade de construir uma leitura independente, que vá de acordo com o interesse de cada leitor, com diversos níveis de aprofundamento. Os *hyperlinks* geram um ganho na dinâmica da leitura hipertextual. A velocidade com que se transita pelos documentos altera não só a maneira de ler, mas também de escrever para o ambiente digital. Landow (1995) compara esse aumento na velocidade e suas consequências com o que aconteceu em diversos campos científicos, quando computadores permitiram a realização de cálculos complexos de forma rápida e possibilitaram estudos que anteriormente demandariam um tempo excessivo.

O *hyperlink* garante que o texto seja orgânico, vivo, e não estanque. Ele é uma porta de entrada para outros espaços (KOCH, 2009) e envia o internauta a leituras distintas que complementam sua pesquisa. Dessa forma, é garantida a exclusividade do processo de leitura. Isso não significa apenas que, ao navegar pela

World Wide Web, cada leitor faça um trajeto distinto, mas que a mesma pessoa possa fazer diferentes caminhos a partir de um mesmo ponto. E, como se trata de um conteúdo em constante construção, a cada novo acesso, a experiência é diferente, sendo ampliada e modificada constantemente.

Entretanto, para Araújo e Lobo-Sousa (2009), somente a presença do *hyperlink* não garante a intertextualidade. O simples vínculo de um texto a outro não possa ser considerada uma leitura intertextual, pois a mera existência de *hyperlinks* que façam as conexões entre conteúdos de um mesmo *site* não representam a ligação entre textos distintos, apenas a fragmentação de um único conteúdo que geram uma percepção equivocada de interatividade. Desse modo, a existência de um dispositivo técnico-informático, por si só, não significa que exista a intertextualidade, quando o que ocorre muitas vezes é a sobreposição de textos.

O que Araújo e Lobo-Sousa (2009) propõem é uma reavaliação do *hyperlink* sob a ótica da intertextualidade. Ele critica que, em muitos casos, a existência de uma opção para voltar a uma página anterior ou avançar para uma nova página, na qual há a continuação de um texto em tela, é considerada intertextualidade. Dentro de sua visão, existe sim a ferramenta hipertextual, porém, não há a intertextualidade, já que se trata de um mesmo conteúdo e não o oferecimento de um aprofundamento em um assunto através do *hyperlink* em uma palavra-chave. Por outro lado, a intertextualidade não está relacionada somente ao *hyperlink*, ela sempre estará presente, não dependendo apenas do que for sinalizado pelo autor. Assim, o leitor não fica preso somente às marcações de um hipertexto para uma investigação mais aprofundada. Pode partir dele a opção de criar novos caminhos não destacados no texto, através de busca específicas motivadas pelo seu interesse.

Mas, mesmo que o leitor tenha a possibilidade de desenvolver sua própria intertextualidade, Xavier (2003) defende que a estrutura do hipertexto é formatada para apoiá-la de forma explícita, através do *hyperlink*. Eles são construídos de forma estratégica com o objetivo de conduzir o leitor a outros pontos na rede. A leitura de um hipertexto é feita através da navegação por textos, imagens e sons que são ancorados. Cabe sempre ao leitor a forma que a leitura será realizada, se contínua, do início ao fim, ou de forma aleatória. Os *hyperlinks* estão sempre disponíveis, e, quando acionados, criam um encadeamento de hiperintertextualidade que pode se desenvolver infinitamente. Portanto, os *hyperlinks* não impõem, mas orientam o leitor a uma intertextualidade, auxiliando nos nexos que podem ampliar o campo de

conhecimento e compreensão do que está sendo absorvido naquele instante. Sua função é semelhante à das sinapses ocorridas no cérebro, que geram as ligações que permitem um melhor entendimento do que está sendo lido.

Entretanto, não se pode negar que o elemento inovador do hipertexto é o *hyperlink*, baseado principalmente em dois motivos, a intertextualidade e a multimídia (MIELNICZUK e PALACIOS, 2001). Mas ele não funciona apenas como uma ferramenta de construção textual; pode também ser utilizado como forma de comprovação de informação, como um aferidor do conteúdo, como aponta Chartier (2002, p. 24 e 24).

O leitor pode comprovar a validade de qualquer demonstração consultando pessoalmente os textos (mas também as imagens, as palavras gravadas ou composições musicais) que são o objeto da análise se, evidentemente, estiverem acessíveis numa forma digitalizada.

Funcionalmente, o *hyperlink* se destaca pela sua pluralidade, principalmente dentro da *World Wide Web*. A sua capacidade de interligar diferentes textos, além de oferecer ao leitor a seleção de focos de atenção. Desse modo, não permite apenas uma leitura mais aprofundada, na qual é possível realizar uma análise rica em detalhes; possibilita escolher um determinado problema e estudá-lo por diversos ângulos. Isso graças ao fato de remeter a variados documentos que abordam um mesmo tema, de forma que ele possa se complementar, reafirmar e até mesmo divergir em relação aos outros (KOCH, 2009).

Ele age transferindo ao leitor a responsabilidade da construção da leitura quando aponta os trajetos possíveis e alavanca o leitor para um ambiente externo ao que se encontra naquele momento (FRAGA e FLORES, 2005). Ele é um operador de continuidade, criando sentidos e conhecimento ao conteúdo exposto, atuando como elemento referencial, ao mesmo tempo em que dá a liberdade ao leitor de seguir o trajeto que lhe interessar, sempre diante de um campo amplo e variado de temas e de possibilidades de caminhos diferentes (KOCH, 2009). Santaella (2004, p. 145) destaca as diversas possibilidades existentes para percorrer um texto, o que origina a navegabilidade hipertextual.

Os nexos em cada tela são múltiplos, podendo remeter a uma diversidade de contextos. Cadanexo leva a outros nexos e, assim, miríades de caminhos podem ser percorridos. Mas só são percorridos, se o usuário seleciona o que lhe interessa e determina quão longe quer caminhar dentro de cada assunto. A navegação responde às suas escolhas, pois não há

navegação predeterminada. Quando ela o é, não pode receber o nome de navegação.

Considerando o que foi posto até agora, é possível garantir que o núcleo do hipertexto está exatamente na leitura textual individual que cada leitor constrói através dos *hyperlinks*. Consequentemente, ele só pode ser decifrado de forma fragmentada em decorrência da sua volatilidade e pluralidade, através da imersão oferecida pelos vínculos que oferecem uma amplitude de rotas para o aprofundamento (XAVIER, 2003). Portanto, cabe ao produtor textual disponibilizar ao leitor, através dos *hyperlinks*, os caminhos necessários para que ele realize a hiperleitura. Essa inovação na forma de relação entre leitor, autor e meio cria uma nova cultura dentro do ambiente digital que não pode mais retroceder ou ser suprimida.

3. WEBJORNALISMO

O desenvolvimento da internet e o surgimento da *World Wide Web* não foram responsáveis apenas pela criação de um novo espaço para o jornalismo, mas também por mudanças na forma de pensar a atividade e produzir conteúdo. As possibilidades oferecidas pelo hipertexto vão além da mera convergência de linguagens já existentes e passam por uma profunda reestruturação na dinâmica da produção e na relação com o receptor.

O presente capítulo irá tratar das definições e conceitos do Jornalismo Digital e suas divisões, dando especial atenção ao Webjornalismo, objeto deste estudo. Também fará uma recuperação histórica dos principais eventos que ajudaram no desenvolvimento dessa nova plataforma midiática. Compõem também essa parte do trabalho as características do jornalismo produzido na *World Wide Web*, com principal destaque à utilização do *hyperlink*.

Porém, antes de apresentar o que vem a ser Jornalismo Digital, é preciso tratar de uma mudança significativa ocorrida com a entrada do Jornalismo no ambiente *World Wide Web*, dentro da rede mundial de computadores. Diferentemente de outras mídias, em que o conteúdo jornalístico é produzido para ocupar um espaço destinado exclusivamente a ele, na *World Wide Web* ele divide a atenção com outros produtores em um lugar no qual a troca de informações é uma constante, não existindo, portanto, papéis definidos.

Com o surgimento da chamada comunicação de massa no início do século XX, valorizava-se a transmissão da mensagem, enquanto a troca de informações e o entendimento do emissor e receptor perdiam espaço. Ao adotar esse modelo unilateral, os veículos de comunicação delegaram uma importância elevada ao emissor e desconsideraram o poder que poderia ter o receptor. É possível perceber essa postura através da utilização “massa” ao se referir ao público, em que não há forma definida ou organização clara, agindo sem uniformidade e muito mais movida por impulsividade.

Ao adotar esse comportamento, ocorre uma distorção do significado da palavra comunicação, que está vinculada à relação entre pessoas. Ela passa a transformar o canal como o item mais importante no processo comunicacional junto com a mensagem. Ao determinar que a informação é o item mais relevante do procedimento, essa postura vai ao encontro da Teoria Matemática da Comunicação baseada nos estudos de Shannon e Weaver, da década de 1960, que prioriza a

transmissão e nega a bilateralidade do processo comunicacional (PERNISA e ALVES, 2010).

A estrutura desse sistema pode ser considerada um esquema estrela, na qual funciona a lógica do “um para todos”. A partir do centro emissor, são enviadas mensagens para receptores passivos e isolados. Mesmo que todos recebam as mesmas mensagens e acabem por compartilhá-las dentro de certa conjuntura, não existe nenhum tipo de reciprocidade ou mesmo interação dentro do canal, sendo o contexto sempre resultado de uma imposição do emissor (LÉVY, 1999). Partindo dessa ideia, é preciso atentar para a utilização de expressões “comunicação” e “informação”. Apesar de serem tratadas como sinônimos nas empresas jornalísticas, elas não possuem o mesmo sentido. “Informar é trabalhar um conjunto de dados para repassá-los ou para utilizá-los. Já comunicar é uma relação interpessoal, uma troca de informações” (PERNISA e ALVES, 2010, p. 16). Portanto, o simples envio de uma mensagem não garante uma efetiva troca, um evento de comunicação.

No período atual, essa estrutura emissor → canal → receptor perde espaço para a relação interpessoal. Isso se deve principalmente pela entrada do Jornalismo na *World Wide Web* e a compreensão das diferenças existentes nesse ambiente para o que era feito até então e uma adequação a elas. Há um processo de tentativa de recuperação do diálogo com o receptor. “As relações vão ser mais significantes que a mensagem e o canal utilizado, já que, com novas possibilidades tecnológicas, uma pessoa pode entrar em contato com outra ou com outras – sem impedimentos maiores – em diversas escalas” (PERNISA e ALVES, 2010, p. 17). O que permite que a comunicação comece a ser percebida de outro modo.

No campo digital, os meios não são utilizados pelas pessoas apenas para a recepção, mas também como um objeto comunicacional que não impede a relação interpessoal, agindo de forma oposta, sendo facilitadores que permitem a implementação do diálogo.

Isso muda a concepção do veículo de massa e faz com que os meios se tornem menos “visíveis” no processo. O emissor/receptor pode fazer uso do meio sem se preocupar com problemas que antes pareciam insolúveis, como falar para uma grande quantidade de pessoas ao mesmo tempo. (PERNISA E ALVES, 2010, p. 17)

Essas mudanças ainda estão em andamento, percebe-se ações nos produtos jornalísticos para que elas se efetivem, como a possibilidade de o leitor comentar as notícias, a realização de enquetes, sugestões de pautas e até mesmo a

possibilidade de publicação de notícias produzidas por qualquer pessoa, através de um serviço de curadoria do veículo. Há, portanto, um esforço para a adequação do Jornalismo a esse novo meio, no qual a informação é transmitida em bits por meio de uma inovadora linguagem.

3.1. CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE WEBJORNALISMO

O crescimento da internet e, conseqüentemente, de sua rede mais popular, a *World Wide Web*, tornou inevitável a entrada das empresas de comunicação nesse novo cenário e também o surgimento de empresas jornalísticas exclusivamente digitais. Por se tratar de uma plataforma ainda recente, resiste, para alguns, vestígios da ideia de ela seja uma mídia que aglutina as demais já existentes em um único lugar. Entretanto, o seu formato possui características únicas que devem ser consideradas, como aponta Pinho (2003, p. 49):

A internet é uma ferramenta de comunicação bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da internet como instrumento de informação.

Como dito anteriormente, o objeto de pesquisa deste trabalho é o jornalismo feito exclusivamente dentro da *World Wide Web*. Dessa forma, torna-se necessário, primeiramente, apresentar o que vem a ser o Jornalismo Digital e suas ramificações. É preciso salientar que ainda existem divergências quanto a essas divisões, sendo que, em muitos casos, o Jornalismo Digital e o Webjornalismo são tratados como sinônimos. Para este estudo, foram adotadas as definições utilizadas por Mielniczuk (2012), conforme segue:

- a) Jornalismo Eletrônico – Utiliza equipamentos e recursos eletrônicos;
- b) Jornalismo Digital - Emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de *bits*;
- c) Cibejornalismo - Envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço;
- d) Jornalismo Online - É desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real;

e) Webjornalismo - Diz respeito à utilização de uma parte específica da internet, que é a *World Wide Web*.

Em âmbito geral, o Jornalismo Digital pode ser definido como um produto discursivo de construção da realidade com ênfase nas singularidades e que utiliza como suporte a rede mundial de computadores que é baseada na interação entre os usuários (MACHADO, 2003). “Não há um limite determinado para ele, a não ser aquele imposto pela própria concepção comunicacional do que seja jornalismo”. (PERNISA e ALVES, 2010, p. 41). No que se refere ao Webjornalismo, ele só acontece dentro da *World Wide Web*, sendo, portanto, uma subdivisão do Jornalismo Digital. O Jornalismo Online também é desenvolvido majoritariamente dentro da *World Wide Web*, entretanto, ele também pode se utilizar de outras subredes ou protocolos da internet, através de aplicativos específicos em aparelhos de telefonia móvel celular ou pelo serviço de correio eletrônico.

Assim, as diferenças do Jornalismo Digital em relação a outros modelos de Jornalismo não se restringem somente à questão da plataforma. A forma com que é feito o tratamento de dados e a relação com os usuários são exemplos disso (PINHO, 2003). Essas características devem ser exploradas ao máximo ao seu favor, de modo a fortalecer o seu desenvolvimento. Deve ser mantido o estreito diálogo com as possibilidades hipermediáticas que o torne um constante centro gerador de produto informativo, indo além de uma simples modalidade (SILVA, 2001).

Contudo, é importante frisar que, apesar das diferenças que o Jornalismo Digital, no caso, o Webjornalismo, apresenta das demais formas, o cerne da atividade se mantém, ele “responde a uma necessidade social, pois a comunidade precisa informar-se e orientar-se a respeito do que está acontecendo ao seu redor e, sobretudo, sobre os fatos que se sucedem em todo o mundo globalizado” (PINHO, 2003, p. 56). Por isso, não se deve acreditar que, ao diferir nas questões de produção e publicação, o que vem a ser o Jornalismo e sua função social modifique. Ou seja, a cobertura dos fatos, os critérios de noticiabilidade, a informação como matéria-prima se mantêm essenciais ao Jornalismo quando ele se transforma em *bits* que serão posteriormente lidos na tela de um computador.

Desse modo, as transformações que ocorrem no Webjornalismo não se tratam de uma ruptura total ao que vinha sendo feito até então, mas, sim, de uma continuidade. A multimídia, principal característica do Webjornalismo, já ocorria

na televisão que unia imagem ao som e texto. A hipertextualidade popularizou-se através de suportes digitais anteriores, como o *CD-ROM*. A personalização já se fazia presente na segmentação de produtos destinados a públicos específicos como os cadernos de jornais, revistas especializadas, e programações de rádio e TV, além de emissoras segmentadas. Mas é evidente que na *World Wide Web* encontra-se um campo muito mais amplo para o desenvolvimento de todos esses itens (PALÁCIOS, 2003).

Outro ponto importante é o que se refere ao fato de a *World Wide Web* não possuir a função específica de uma mídia na qual o produto jornalístico é publicado, mas também de ser uma ferramenta na produção desse conteúdo. Através dela é possível acompanhar fatos e conhecimentos por todo o mundo; também auxilia na apuração de dados, identificação de fontes e contatos que possam acrescentar ao trabalho jornalístico (PINHO, 2003). Desse modo, não há apenas alterações na forma de disseminar a notícia, mas no processo de desenvolvimento do material decorrente da estrutura da rede e das possibilidades hipermediáticas.

Conseqüentemente, o computador não é apenas uma ferramenta que atua exclusivamente no processamento e análise de dados, como quando do seu surgimento. Ele é responsável por informações que trabalham com diversas modalidades sensoriais, envolvendo simultaneamente visão, tato, audição e sensações proprioceptivas (MOHERDAUI, 2002). Mas cabe ressaltar o que chama atenção Ferrari (2003, p. 45):

A internet ainda está em gestação, a caminho de uma linguagem própria. Não podemos encará-la apenas como uma mídia que surgiu para viabilizar a convergência entre rádio, jornal e televisão. A internet é outra coisa, uma outra verdade e conseqüentemente uma outra mídia, muito ligada à tecnologia e com particularidades únicas. Ainda estamos, metaforicamente, saindo da caverna.

Isso permite afirmar que o Webjornalismo já abandonou o período embrionário e encontra-se já solidificado enquanto meio. Porém, seria leviano acreditar que o atual estágio seja o definitivo com linguagem e formato já definidos. Essa afirmação ganha força quando apresentadas as mudanças e evoluções pelas quais ele passou em sua ainda curta existência e que continuam acontecendo de forma extremamente rápida.

3.2. RECUPERAÇÃO HISTÓRICA DO WEBJORNALISMO

Não se pode negar que o desenvolvimento da *World Wide Web* seja um poderoso agente transformador da atividade jornalística. Entretanto, essas mudanças iniciaram-se bem antes do ambiente criado pela equipe de Tim Berners-Lee, do CERN. A digitalização da informação para transmissão acompanha o desenvolvimento computacional e, principalmente, o das redes telemáticas. Até se chegar ao modelo atual, diversas experiências foram realizadas e serviços lançados, servindo de base para o Jornalismo Digital contemporâneo.

A popularização do material digital hipermediático com conteúdo jornalístico acontece com o *CD-ROM*, no final da década de 1980. As publicações podiam ser encontradas encartadas em revistas impressas ou edições produzidas exclusivamente em meio óptico. Simultaneamente a isso, surgiam nos EUA os primeiros serviços de notícias através dos provedores como a *America Online* que forneciam notícias específicas para um segmento de público. Mas, antes mesmo disso acontecer, alguns já eram oferecidos a partir do teletexto. O primeiro grande jornal a utilizar do recurso foi o *The New York Times* que, em 1969, lança o *New York Times Information Bank*, com resumos e textos completos de artigos para aqueles assinantes que possuíam computadores (MOHERDAUI, 2002).

Na *World Wide Web*, os primeiros *sites* jornalísticos surgiram de empresas de comunicação, principalmente da área impressa, que se limitavam a reproduzir o conteúdo publicado em papel. A primeira experiência de um jornal digital acontece na Europa, em julho de 1990, com o Diário Digital, lançado em Portugal. Ele desenvolvia conteúdo específico para a rede de computadores, produzida por uma equipe de reportagem exclusivamente dedicada a ele, além de material de agências noticiosas (MOHERDAUI, 2002). Já a personalização aparece nos EUA, em março de 1995, através do *Personal Journal*, lançado pelo *The Wall Street Journal*, chamado de “o primeiro jornal com tiragem de um exemplar”. Consistia no envio de textos personalizados com conteúdo e formatação feitos pelo assinante, que recebia por mensagem eletrônica o material escolhido (FERRARI, 2003).

No Brasil, o início se deu de forma isolada. Algumas empresas realizavam experiências ou iam gradativamente ampliando sua atuação na *World Wide Web*. O primeiro foi o grupo O Estado de S. Paulo, que atuava em serviços especializados de comunicação desde os anos de 1980, e, em fevereiro de 1995, introduziu sua agência de notícias, a Agência Estado, na rede mundial. No mesmo ano, o Jornal do

Brasil, do Rio de Janeiro, lança o JB On-Line, que realiza a primeira cobertura completa no meio digital (MOHERDAUI, 2002). Logo em seguida, outros jornais de grande porte do país começam a entrar na rede, como O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, O Globo, O Estado de Minas, Zero Hora, Diário de Pernambuco e Diário do Nordeste (PINHO, 2003).

Neste início, não havia praticamente noção alguma do que seria uma boa edição de jornal para a *Web*. A maioria dos veículos impressos na rede não estava preocupada em criar uma publicação específica para a internet, fazendo basicamente uma versão muito semelhante à da edição em papel. Os grandes jornais do país, no entanto, logo começaram a perceber que não havia motivo para estar na grande rede se não fosse para ter algo diferente do que já era feito na edição em papel. A presença somente na internet já não parecia ser a única justificativa para a existência dessas publicações. (PERNISA e ALVES, 2010, p. 17)

A partir daí, as empresas brasileiras começaram a desenvolver suas redações digitais, mas o objetivo era muito mais voltado para a informação online, o fato em tempo real, e somente aos poucos é que o conteúdo foi sendo aprofundado. Até o final do ano 2000, a principal preocupação dos *sites* jornalísticos estava voltada a oferecer um grande volume de conteúdo, em que o objetivo maior era a quantidade de informações e não o aprofundamento no assunto. Isso acontecia em decorrência de uma visão que se tinha que bastava pouco investimento e muita criatividade para fazer fortuna com a internet. De 2001 em diante, a preocupação passou a ser a integração entre conteúdo de qualidade, *design* e o sustento do negócio através de receita com publicidade ao invés de depender apenas de capital de investimentos (FERRARI, 2003).

Mesmo com a mudança de comportamento, o principal foco se manteve no Jornalismo Online. Apesar de não estar presente quando os primeiros *sites* surgiram, em questão de pouco tempo, ele garantiu seu espaço. O acompanhamento do fato em tempo real era feito com o reforço de material produzido pelas agências de notícias, objetivando a velocidade. A intenção era fornecer a informação rápida ao público, de preferência em primeira mão (PERNISA e ALVES, 2010). Com o crescimento de redações específicas para o conteúdo digital e o aumento do número de profissionais envolvidos, a disputa para ser o primeiro a noticiar se tornou acirrada.

Mas se no Brasil o processo era mais lento, grande parte do mundo já havia se defrontado com o potencial jornalístico que a *World Wide Web* possui. O fato que pode ser apontado como um marco para essa descoberta aconteceu nos EUA: o

bombardeio a um prédio do governo norte-americano em *Oklahoma City*, em 1995, cometido por Timothy McVeigh. O atentado matou 168 pessoas e deixou cerca de 500 feridos. A cobertura contou com comunicados oficiais da Casa Branca, fotos do local, lista de vítimas, além de atualização constante de informações através de reportagens. O serviço *Newsday*, do *Prodigy*, publicou mapa com a localização do atentado e uma matéria da *Associated Press*, além de um infográfico que descrevia os tipos mais comuns de bombas utilizadas por terroristas.

O primeiro grande problema de tráfego de dados na *World Wide Web* causado pelo grande número de acessos simultâneos em virtude de um fato jornalístico ocorreu três anos depois. Em janeiro de 1998, o *site* de Matt Drudge, *Drudgereport*, consegue se antecipar à revista *Newsweek* e divulgar o envolvimento do então presidente dos EUA, Bill Clinton, com a estagiária da Casa Branca, Monica Lewinsky, que se tornou um dos maiores escândalos envolvendo um líder daquele país. O relatório feito por Kenneth Starr trazia detalhes sobre o caso e foi publicado nos *sites* oficiais do governo, o que causou a queda de milhares de servidores da rede de computadores por todo o planeta. Somente no dia seguinte a notícia era destaque nas primeiras páginas de jornais e ocupava espaço nos noticiários de rádio e televisão. A rede CNN disponibilizou em sua página os áudios de conversas entre Monica Lewinsky e sua amiga Linda Tripp, nas quais a primeira contava sobre o romance que mantinha com o ex-presidente. No total, eram 22 horas de gravações que ocupavam 37 fitas.

Com um pouco de atraso, o momento do salto na produção jornalística brasileira na *World Wide Web* ocorreu no início de 2000. Mas, um pouco antes, em 1999, o Webjornalismo brasileiro conseguiu se destacar. Naquele ano, aconteceram batalhas em Kosovo que foram denominadas a “Guerra da Internet”. O conflito foi responsável pela morte de milhares de sérvios e albaneses. O *site* Universo Online publicou diversos relatos de pessoas que estavam próximas às áreas de conflito, o que garantiu um papel importante ao Jornalismo Digital brasileiro e serviu como um motivador para o seu desenvolvimento que viria em seguida (MOHERDAUI, 2002).

Além da evolução tardia, outro ponto que diferencia o Webjornalismo brasileiro do norte-americano e europeu foi a forma como os portais surgiram. Portais são concentradores que incluem *sites* jornalísticos, de entretenimento e serviços em um único endereço. Enquanto que, em outros países, eles se originaram dos *sites* de busca, que utilizavam a notícia como uma estratégia para

reter o leitor, no Brasil eles nasceram no interior de empresas jornalísticas. Alguns não foram concebidos com a proposta de portal e acabaram evoluindo para esse tipo de estrutura com o passar do tempo (FERRARI, 2003).

A consolidação mundial da *World Wide Web* como plataforma jornalística foi o atentado ao *World Trade Center* em setembro de 2001. Um grupo de terroristas sequestrou quatro aviões, sendo que dois deles foram lançados, com os passageiros dentro, contra o centro empresarial que era considerado um símbolo do poder econômico dos EUA. No total, foram cerca de três mil mortos e o evento gerou uma série de ações militares norte-americanas no interior do país e no Oriente Médio. O planeta se voltou para a rede de computadores atrás de informações, causando congestionamento e até mesmo a queda de alguns servidores pelo grande número de acessos simultâneos.

As mudanças que a produção jornalística sofreu com o passar do tempo permitem dividir o Webjornalismo em três fases distintas (MIELNICZUK, 2012). Essa divisão está relacionada menos a uma questão temporal e muito mais a um processo que, invariavelmente, acaba ocorrendo nos *sites* dedicados à informação. São elas:

- a) Webjornalismo de Primeira Geração – Refere-se ao primeiro momento, os *sites* são de propriedade de empresas jornalísticas, em sua maioria de produção impressa. O material publicado trata da reprodução do conteúdo disponível em papel, em sua maioria envolvendo poucas páginas. A atualização acontece a cada 24 horas, conforme o fechamento das edições. O conteúdo de alguns cadernos semanais também é transposto para a *World Wide Web*. A produção está totalmente atrelada aos jornais, não havendo, aparentemente, nenhum tipo de preocupação inovadora na narrativa. Ocupa-se um espaço sem a preocupação de explorá-lo como um novo meio de características específicas.
- b) Webjornalismo de Segunda Geração – Acompanha a evolução técnica da estrutura da internet. Mesmo mantendo a relação com o conteúdo impresso, iniciam-se experiências com o objetivo de explorar as características específicas que a rede oferece. O impresso passa a ser uma metáfora para a elaboração das interfaces dos produtos, ainda com ele como âncora. As potencialidades do ambiente começam a ser testadas, como os *hyperlinks* que chamam para notícias de fatos que

aconteceram entre as edições, o *e-mail* como ferramenta de contato entre o jornalista e o leitor, fóruns de debate, exploração dos recursos hipertextuais na elaboração da notícia e o surgimento das seções “últimas notícias”. Mantém-se o vínculo não só ao jornal impresso, mas também às empresas jornalísticas devido à rentabilidade e credibilidade dessas, com algumas poucas exceções.

- c) Webjornalismo de Terceira Geração – Começam a surgir iniciativas empresariais e editoriais destinadas exclusivamente a *World Wide Web*. Esses *sites* vão além de uma versão de um jornal impresso já existente. Nos produtos desta geração, identifica-se a intenção de explorar as potencialidades que a rede oferece para o Jornalismo. O material publicado apresenta recurso de multimídia (sons e animações para enriquecer a narrativa), interatividade (*chats* com personalidades, enquetes, fóruns de discussões, opções de configurações conforme o interesse individual de cada leitor), a utilização do hipertexto, não se restringindo apenas à organização das informações da edição, mas como uma opção na narrativa e a atualização contínua em todo o *site*, não apenas na seção últimas notícias.

Atualmente, a maior parte dos webjornais encontra-se na terceira geração, entretanto ainda é possível identificar alguns veículos na segunda e até mesmo na primeira geração, comprovando que a divisão se apresenta como um processo evolutivo que cada uma dessas publicações digitais acaba percorrendo, ao invés de uma relação cronológica.

3.3. CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO

Como dito anteriormente, as possibilidades oferecidas pela *World Wide Web* ao Jornalismo são enormes. Encará-la apenas como um lugar onde é possível unir as mídias tradicionais é subestimar sua potencialidade. Mas, para explorar de forma satisfatória esse novo meio, é preciso primeiramente conhecê-lo e compreender o que ele pode oferecer. Ele possui características próprias que, juntas, oferecem um ambiente inédito para a prática jornalística.

Mesmo que algumas delas já fossem percebidas de alguma forma nas mídias tradicionais, somente na *World Wide Web* que elas encontram campo para um

aproveitamento completo e de forma única. Entre elas estão aquelas que vêm a ser os seis itens principais que caracterizam o jornalismo produzido na rede, a multimídia, a interatividade, a hipertextualidade, a personalização, a memória e a instantaneidade. Juntas, elas possibilitam ao internauta uma nova experiência na leitura da informação, enquanto oferecem ao jornalista a possibilidade de explorar um fato de diferentes maneiras, enriquecendo a cobertura.

A multimídia está diretamente ligada à convergência daqueles formatos tradicionais que até então possuíam seus meios específicos (imagem, texto e som) na narração jornalística. Na rede, essas linguagens funcionam de forma agregada com a intenção de complementação da informação e acontecem graças ao processo de digitalização, que permite sua publicação na internet. Através da interatividade, o leitor se sente mais diretamente ligado ao processo jornalístico. Essa interação pode ocorrer de diferentes maneiras, como a troca de mensagens eletrônicas entre leitor e jornalista, a disponibilização de espaços para a opinião do leitor, podendo ser em fóruns de discussões e *chats*.

A hipertextualidade também pode ser considerada uma forma de interação, pois, ao possibilitar as interconexões entre textos através de *hyperlinks*, também oferece a alternativa do redirecionamento para a complementação da informação através de fotos, áudios ou vídeos. Ao leitor também é dada a possibilidade da personalização, que permite que ele configure o conteúdo conforme seus interesses e preferências individuais. Há variadas formas de oferecer essa customização, podendo ser pré-seleção de assuntos, hierarquização e apresentação visual, entre outras.

Essa dinâmica de conexões que permite ampliação e aprofundamento do assunto é facilitada pela questão da memória. As informações dentro da *World Wide Web* não são perecíveis; qualquer dado está sempre disponível para consulta. Esse armazenamento favorece outra característica que é a instantaneidade. A rede é um local de atualização contínua, resultado da velocidade de acesso combinada a facilidade que envolve a produção e a disponibilização do material. Assim, ela permite a construção da informação simultaneamente ao acontecimento (PALACIOS, 2003).

Graças às suas características, a *World Wide Web* possibilita a união entre a comunicação massiva e a interatividade, fazendo com que a comunicação para todos seja, ao mesmo tempo, a comunicação para um. Mesmo com a ampla

possibilidade do emprego de áudio e imagens, o prevalecimento das palavras se mantém fundamental e o desenvolvimento natural da nova mídia permite o tratamento de texto, *design* e tecnologia como um único elemento e voltado para a informação (PINHO, 2003).

Ao considerar a ampla gama de possibilidades oferecidas pela *World Wide Web* ao Jornalismo, constata-se que a atividade do profissional da área é alterada radicalmente. O jornalista necessita constantemente pensar em algo diferente, em elementos novos e na sua complementação. Ele precisa unir a palavra à imagem, completar a informação com o som, comprovar com o vídeo, selecionar dados que podem compor um infográfico. Esse talvez seja o grande diferencial na produção jornalística digital (FERRARI, 2003). Enquanto em outras mídias a preocupação consiste em uma linguagem específica, na rede eles precisam ser pensados em conjunto procurando a maneira mais adequada de enriquecer o conteúdo e ofertar ao leitor uma melhor compreensão do acontecimento, utilizando o maior número possível de recursos.

No Webjornalismo, é preciso pensar o todo. Isso gera a necessidade de um planejamento para definir a maneira mais eficiente de transmitir a informação. A existência de um roteiro se torna necessário para a organização do trabalho. O Jornalismo dentro da *World Wide Web* não difere do que é realizado fora, sendo resultado de um esforço coletivo. Entretanto, como as possibilidades de produção são tão diversificadas, a não existência de um plano de ação unindo a pesquisa e coleta de dados resultará em um confuso aglomerado de informações ao invés de um material multimidiático.

Não se pode limitar o Jornalismo feito na rede apenas à produção e publicação de material em *sites*. Outros serviços e produtos também são responsáveis pela composição de um *site* jornalístico. “É preciso pensar na enquete (pesquisa de opinião do leitor); no tema do *chat*, o bate-papo digital; nos vídeos e áudios; e reunir o maior número possível de assuntos e serviços correlatos à reportagem” (FERRARI, 2003, p. 45). Esses webjornais precisam ter bem claro quem é o seu público. O fato de a internet ser acessada por perfis tão diferentes não significa que se produza para todos, incondicionalmente. A própria forma com que a relação entre o leitor e o texto acontece não é igual.

Há três tipos de audiência na internet: leitores considerados scanners, que só vão passar os olhos pelo texto, procurando divertimento e surpresas; os que preferem recursos multimídia a textos; e os que procuram informações específicas – que normalmente leem longos textos na tela do computador. (MOHERDAUI, 2002, p. 120)

Além disso, é preciso conhecer os hábitos de acesso dos leitores. A conclusão de uma reportagem não significa que sua publicação deva ser imediata. Partindo de um levantamento de fluxo de público, se terá a base para a definição do melhor lugar e momento para que o material vá ao ar. Assim, a arquitetura da informação é fundamental na gestão do conteúdo do *site*. Ela é responsável por definir os parâmetros de publicação e funcionamento do site. O leitor não pode se sentir perdido, a ele devem ser oferecidas as opções de o que fazer e para onde ir, cada item exposto na tela deve ter um porquê (FERRARI, 2003).

Por isso, o planejar tornou-se fundamental para as publicações digitais, a organização deve ser pensada, evitando gerar uma sensação de caos ao leitor. Em um *site* jornalístico, o principal cuidado que deve se ter é o da hierarquização do conteúdo. A necessidade de se atentar a esse item objetiva não gerar ao leitor uma sensação de desordem, principalmente dentro de um ambiente dominado pela não linearidade e intertextualidade, características da hipertextualidade (VENTURA, 2007). Esse é o um dos desafios diários das publicações digitais: garantir uma estrutura organizada em um ambiente dinâmico e de transformações constantes, mantendo o internauta dentro da página o maior tempo possível.

Junto com a organização, a melhor forma de prender o leitor no *site* é explorando os recursos de hipermídia ao máximo, pois, “o leitor percebe quando encontra uma página completa ou outra ‘rasa’” (FERRARI, 2003, p. 47). Mas a multimídia precisa ser explorada buscando uma melhor contextualização. A *World Wide Web* é propícia a isso, graças à total falta de limitação de tempo e espaço, características de outras mídias.

Essa contextualização pode fazer também com que se pense numa estrutura que se volte novamente para o chamado jornalismo interpretativo, em que as várias versões de um fato podem ser expostas, deixando ao leitor a opção de escolher a que melhor lhe convier. (PERNISA e ALVES, 2010, p. 91)

Considerando a forma com que a leitura ocorre na *World Wide Web*, uma técnica jornalística que deve ser mantida e reforçada é a do *lead*. Como o leitor navega pelas páginas, transmitir a ele rapidamente as principais informações da

notícia irá atrair sua atenção, fazendo com que ele permaneça mais tempo preso à leitura (FERRARI, 2003). Um webjornal deve, ao mesmo tempo, conhecer seu público, sabendo seus hábitos de acesso, como fluxo de tráfego, a relação entre temas e interesses, além de possuir organização, atratividade e criatividade para despertar o interesse e prender o leitor ao texto (MOHERDAUI, 2002). Outro ponto que merece atenção na arquitetura da informação de um *site* jornalístico é a usabilidade. Ela se dá conforme atende às necessidades do internauta, da forma que reage às tarefas solicitadas, eficiência, velocidade e como as respostas a essas solicitações são fornecidas (FERRARI, 2003).

Portanto, o conteúdo na rede de computadores possui características próprias e o leitor espera encontrá-las também no material jornalístico.

Ao escrever notícias na *Web*, deve-se pensar também nas peculiaridades do meio, entre elas, os limites cronoespaciais para a produção de informações, ao contrário dos meios tradicionais limitados pelo espaço (jornal, revista, etc.) ou tempo (rádio e tevê); caráter multimídia da rede; interatividades e banco de dados. (MOHERDAUI, 2002, p. 102)

É preciso garantir, também, a autonomia de cada um dos textos, de forma que eles possam ser lidos individualmente. Assim, no Webjornalismo, é preciso pensar não somente no conteúdo, mas também na forma, pois são características indissociáveis, que o tornam um único produto. É preciso evitar que eles transformem-se apenas em um aglomerado de linguagens. Se uma notícia for somente atrativa visualmente, mas com conteúdo incompleto ou o resultado de uma combinação de elementos, apenas porque se trata de uma publicação em um ambiente digital e é preciso tê-las, o resultado final estará distante do que se espera e do que realmente se pode fazer *na World Wide Web*.

3.4. O HYPERLINK NO WEBJORNALISMO

O Jornalismo Digital, ao ingressar no ambiente da *World Wide Web*, deparou-se com um novo recurso até então inédito para a produção jornalística: o *hyperlink*. A ferramenta apresenta-se ao mesmo tempo como uma possibilidade e um desafio. Possibilidade por permitir expandir a cobertura através da hipermídia, agregando informações em diferentes linguagens e permitindo uma contextualização que até então era impensável em decorrência das limitações impostas por espaço ou tempo das mídias tradicionais. O desafio fica por conta de como lidar com a estrutura

imposta na rede, que permite ao leitor navegar por outros *sites* e construir sua leitura, rompendo com uma ideia que imperava até então, na qual as empresas jornalísticas analisavam, filtravam e editavam dados e informações entregando um produto pronto, cabendo à sua audiência apenas a recepção desse material.

O *hyperlink* e a hipermídia já são bastante usados no material jornalístico na *World Wide Web*, principalmente se comparado ao período gestacional do Webjornalismo. Se no início do processo a sensação era a de se ler um jornal impresso na tela do computador, hoje a multimídia encontra-se presente no conteúdo jornalístico, entretanto sem grandes mudanças. A transformação se deu por inserir o material televisivo e radiofônico no mesmo espaço, porém, sem muitas adequações (MIELNICZUK, 2004).

O *hyperlink* não pode ser visto apenas como uma ferramenta que permite vincular internamente um documento a outro. Ele tem o poder de transmitir credibilidade à notícia. A partir dele, é possível oferecer a opção de aprofundamento ao leitor e o ter como uma técnica de aferição que permite apresentar a origem da informação, atestar legitimidade às fontes e dados que venham a ser utilizados no material. Porém, as inserções desses elos nos textos não podem ser feitas apenas pela necessidade de se usá-los.

É preciso saber como organizar e apresentar aquilo que se escreve. O que muda é a forma pela qual as matérias são editadas – a notícia na internet pode ser mais bem contextualizada. É possível explorar as relações com o passado oferecendo informações de fundo ou listando reportagens anteriores sobre o mesmo tema. (MOHERDAUI, 2002, p. 119)

Toda a potencialidade oferecida pelos *hyperlinks* pode criar uma pré-disposição a usá-los incondicionalmente. Entretanto, “eles devem ser utilizados, mas com parcimônia, a partir de palavra-chave que suscitem a curiosidade, ativem a memória e provoquem uma identificação com o leitor” (MOHERDAUI, 2002, p. 126). Assim, usados corretamente, podem servir para apresentar resumos de informações técnicas com a opção de retorno ao texto principal ou ligando a outras páginas que tragam informações complementares, recursos multimidiáticos ou textos relacionados.

Um problema na defesa de Moherdauí (2002, p. 98) é que, além de salientar que é necessária uma reserva na utilização do *hyperlink*, afirma que também é preciso pensar se o texto publicado será linear ou não linear.

Para apresentar uma informações na *Web* é preciso determinar como será a estrutura narrativa do assunto abordado (linear ou não linear) e utilizar ferramentas que facilitam a navegação para não confundir o leitor com excesso de links ou hipertextos.

Ora, o simples fato de o texto estar publicado na *Web* já o insere em um ambiente não linear. Tentar apregoar a ele uma linearidade acreditando que dentro da rede ele será tratado como único revela-se uma incoerência. Portanto, não se pode considerar o material produzido pelo Webjornalismo como um corpo estranho ou distante de outros documentos publicados na *World Wide Web*. Isso faz com que o *hyperlink* não possa ser desconsiderado. Negá-lo ou negligenciá-lo não evitará que o leitor, conforme seu interesse, pesquise e se aprofunde em um determinado assunto. Desse modo, o melhor caminho não é o da omissão, e sim o da compreensão, entender o que vem a ser esses vínculos e de que forma eles podem ser utilizados na construção da informação.

Dentro dessa compreensão, encontra-se a necessidade de conhecer as variações que um *hyperlink* pode ter para que a sua utilização seja realmente eficiente dentro do propósito estipulado. Na estrutura do Webjornalismo, ele pode ser dividido em três grupos (MIELCNIZUK, 2005), relacionados à navegação do produto, ao universo de abrangência e ao tipo de informação. No que se refere ao recurso de navegação, existem duas subdivisões: o *hyperlink* conjuntivo, que remete à outra lexia, mantendo a mesma janela do navegador, alterando o conteúdo na tela; e o *hyperlink* disjuntivo, que remete para outra lexia, porém, em uma nova janela dentro do programa, gerando a simultaneidade com duas janelas abertas ao mesmo tempo, normalmente utilizado em casos de vídeo ou conteúdo externo do *site*.

No que se refere ao universo de abrangência, os tipos de *hyperlink* são os intratextuais, que direcionam a lexias dentro do próprio endereço, e intertextuais relativos aos vínculos externos do *site*. Em relação ao tipo de informação, os modelos existentes são os *links* editoriais, que fazem parte do conteúdo informativo, podendo ser organizativos ou narrativos. Há também os *hyperlinks* de serviços, que remetem aos serviços oferecidos pelo endereço e tanto podem ser internos como externos. Normalmente são utilizados para três tipos de serviços, os oferecidos pela própria publicação, os oferecidos por outras empresas, cabendo ao *site* apenas o redirecionamento, e os *chats* e fóruns organizados pelo webjornal que tratem de assuntos editoriais da publicação. E, por último, os *hyperlinks* publicitários,

encaminhando externamente para empresas anunciantes ou internamente para produtos do mesmo grupo empresarial.

No que se refere aos *hyperlinks* editoriais, eles também apresentam subcategorias, como acontecimento, tratando dos principais acontecimentos da notícia; detalhamento, com detalhes do acontecimento; oposição, com dados ou opiniões que contestem informações de outras fontes; exemplificação, também chamado de particularização, que explica com exemplos e personagens o acontecimento; complementação, que traz dados complementares que possam auxiliar na compreensão do acontecimento; e memória, que direciona a arquivos de materiais já disponibilizados anteriormente sobre o mesmo tema ou assuntos correlatos.

Mesmo com a recomendação de parcimônia em seu uso, o *hyperlink* sugere que seja abandonada a ideia do texto unitário, apresentando a fragmentação como a melhor forma da construção textual na *World Wide Web*. Através dela, é possível oferecer os variados roteiros de leitura da estrutura hipertextual empregando o bloco de texto (MOHERDAUI, 2002). Outra facilidade oferecida pelo *hyperlink* está em relação às suítes, sendo a ferramenta responsável pela recuperação de informações através do resgate de notícias anteriores de um fato, permitindo a contextualização de um acontecimento que se estenda por um longo período sem a necessidade de recuperação de dados e permitindo ao internauta a leitura do texto original (VIANA, 2001).

É comum a ideia de que o texto do Webjornalismo deva ser breve, principalmente nos *sites* de atualizações constantes, sendo o *hyperlink* responsável pelo aprofundamento através de áudios, vídeos e fotos, com o argumento de tornar a leitura mais agradável. Mas a ideia da utilização apenas para a fragmentação textual e organização do conteúdo interno do *site* encontra oposição em quem vê possibilidades amplas e necessárias na utilização dos vínculos. Porém, seria necessária uma série de estudos e experimentações para possibilitar essa ruptura, sendo a literatura uma referência, devido aos resultados já obtidos em mais de uma década de alinhamento entre estudos de teoria e técnica desenvolvidos na área (MILENICZUK, 2004).

Essa ruptura e experimentos são extremamente necessários se considerado o comportamento do leitor na *World Wide Web*.

Estudos de usabilidade da internet mostram que os internautas tendem a apenas passar pelos *sites*, muito mais do que lê-los assiduamente. Diversas pesquisas apontam ainda que o público on-line tende a ser mais ativo do que o de veículos impressos e mesmo do que um espectador de TV, optando por buscar mais informações em vez de aceitar passivamente o que lhe é apresentado. (FERRARI, 2003, p. 47)

Cabe ao público a escolha de apenas visitar um *site* ou acessar seu conteúdo, definindo não somente a ordem de leitura, mas o nível de aprofundamento que ele dará a essa experiência. Como dito no capítulo anterior, a *World Wide Web* exige um leitor ativo, não atuando como um reagente ao conteúdo, mas como um curador que seleciona o que lhe interessa; cabe ao webjornal oferecer a informação de forma atrativa, possibilitando a imersão caso esse seja o desejo do leitor.

Apesar do receio existente nas empresas de comunicação em dar poder ao leitor, a utilização do *hyperlink* consiste na essência do hipertexto, exigindo uma nova postura e visão dessas empresas. Isso gera um debate envolvendo as empresas de mídias tradicionais que desenvolvem produtos para a *World Wide Web*, que ao ingressar no novo ambiente, se deparam muito mais com uma demanda de democratização da informação do que com a exigência de questões ligadas a avanços tecnológicos.

A mídia digital, inserindo-se no contexto da comunicação digital, não pode ser encarada apenas como uma transformação tecnológica. Ao mesmo tempo, ela abrange, hoje, praticamente todos os meios existentes, provocando alterações mesmo naqueles que são colocados fora de seu âmbito, como os impressos em geral. Entender a mídia digital é a chave para se poder lidar com ela e buscar novos caminhos. O seu futuro é exatamente aquele que está sendo traçado hoje e a oportunidade de se criar algo efetivamente novo, que dê conta de uma maior contextualização e de uma maior participação das pessoas, passa por decisões que estão sendo tomadas agora. (PERNISA e ALVES, 2010, p. 41)

As possibilidades criadas pelo *hyperlink* e pela hipermídia oferecem novos caminhos para o Jornalismo. A partir dos recursos disponíveis, é preciso replanejar a redação jornalística. O conteúdo organizado e atrativo torna-se o desafio. Na *World Wide Web*, a notícia passa a poder ser mais bem contextualizada em decorrência de uma nova relação com o entorno. Essas possibilidades vão de encontro com a ideia de que na rede o Jornalismo deve ser explorado somente através da velocidade. “Tornou-se quase uma unanimidade achar que matéria publicada na internet pode vir cheia de erros – sejam de ortografia, apuração ou concordância” (FERRARI, 2003, p. 52). A justificativa está no pouco espaço entre a edição e a publicação na busca de ser o primeiro a noticiar. Entretanto, essa é uma disputa entre as empresas

que não é percebida pelo leitor e que acaba decorrendo em conteúdos mal apurados ou sem um melhor aproveitamento dos recursos disponíveis. “Se o leitor quiser aprofundar-se, precisará utilizar os recursos da hipermídia e avançar sobre o tema em outros links correlatos, o que normalmente não ocorre, em função do curto espaço de tempo” (FERRARI, 2003, p. 52).

Portanto, a concepção do material jornalístico deve ser concebida a partir dos conceitos do hipertexto. Deve ser oferecida uma navegação menos manipulada, disponibilizando ao leitor *hyperlinks* que possam ser utilizados de maneira interessante, permitindo que ele construa sua própria navegação conforme seus interesses. “As ligações devem estar disponíveis em boa qualidade, abrindo caminho para reflexões antes até impensadas, fazendo com que o usuário explore potencialidades e que possa interagir de fato com que lhe é apresentado” (PERNISA e ALVES, 2010, p. 36). E, para que isso ocorra, é necessário, primeiramente, aprofundar o estudo do *hyperlink* e a sua utilização no Jornalismo. Sem a análise e experiências com a ferramenta, o desenvolvimento de produtos jornalísticos com verdadeiras narrativas hipertextuais estará comprometido.

Por maior que seja a capacidade de armazenamento e conexões nos bancos de dados, eles necessitam de programações para que, na prática, permitam a construção da informação no nível desejado pelo leitor. O desenvolvimento de produtos para a terceira geração da *World Wide Web* vai além de estudar as diversas maneiras de estruturar um hipertexto; ele passa por conhecer as funções do *hyperlink* dentro do contexto da narrativa jornalística hipertextual. Só então será possível desenvolver ferramentas que considerem a existência desses vínculos e suas diferentes atribuições (MIELNICZUK, 2005). Desse modo, é possível afirmar que, mesmo que já venha sendo utilizado em uma escala cada vez maior, o *hyperlink* ainda está longe de ter toda a sua potencialidade explorada pelo Webjornalismo, seja por uma questão cultural herdada das antigas mídias, por um receio de dar um poder ao leitor que até então não existia ou por questões comerciais.

3.5. CENÁRIO ATUAL DO WEBJORNALISMO

Se, por um lado, é possível afirmar que o Webjornalismo hoje está consolidado, por outro, não é possível fazer o mesmo quanto à definição de um

melhor aproveitamento em relação à publicação desse material. Além das características próprias que cada empresa possui e seus manuais de redação que definem as regras que devem ser respeitadas, a sua curta história e o processo inicial de apenas transpor o conteúdo das mídias tradicionais para a rede acabaram por criar uma ideia limitada das reais possibilidades desse novo ambiente, e até mesmo um receio quanto a essas possibilidades. Somente no último período é que as transformações começaram a ser mais perceptivas.

O Webjornalismo encontra-se num período de amadurecimento, similar ao ocorrido com os outros formatos de Jornalismo, como o impresso, radiofônico e televisivo, e ainda procura encontrar uma linguagem própria enquanto prevalecem os modelos transpositivos, utilizando-se de outros suportes e gêneros anteriores (PALÁCIOS, 2003). As transformações começaram a ocorrer à medida em que redações exclusivamente digitais foram gradativamente surgindo. Esse fator foi determinante para que fosse dado um novo passo na evolução do Webjornalismo. Porém, mesmo com a nova estrutura, pouco se alterou em relação ao conteúdo, em virtude de uma possível herança das empresas, principalmente se levarmos em consideração que a maior parte dos *sites* teve sua origem em jornais impressos.

Desse modo, o produto final apresenta poucas mudanças se comparada ao que é realizado no Jornalismo impresso. Isso ocorre, provavelmente, pelo fato de as ferramentas de produção não considerarem a narrativa jornalística como um produto hipertextual. Mesmo que a tecnologia digital seja utilizada na produção dos textos, segue a lógica do suporte impresso. Mantém-se o texto linear, que, mesmo se valendo da tecnologia, segue padrões anteriores, no caso, o impresso, quando o que se espera é um texto não linear, onde são consideradas as possibilidades oferecidas pela tecnologia digital na produção textual (MIELNICZUK, 2005).

Até bem pouco tempo atrás, a ideia de que as publicações na *World Wide Web* deveriam se basear em textos curtos e fragmentos imperava não apenas dentro das redações digitais, mas nos próprios estudos desenvolvidos. Ao mesmo tempo em que Moherdau (2002, p. 130) afirmava que “não há formato ideal sobre a estrutura textual que deve ser privilegiada ao escrever notícias para a Web”, também defendia que

Em geral, as páginas de notícias devem ser estruturadas com um texto de abertura que contenha, no máximo, 2 blocos com até 100 palavras cada um. Os parágrafos não devem ultrapassar 75 toques. Esse tipo de estrutura facilita a leitura na rede. Se o assunto justificar, podem-se incluir áudio,

vídeo, ou outras imagens. Caso a matéria seja extensa, é necessário dividi-la em links para remeter o ciberleitor a outros níveis de informação. (MOHERDAUI, 2002, p. 130)

Porém, a ideia do texto curto ser a única possibilidade do Webjornalismo gera “um empobrecimento de linguagem, um desestímulo à pesquisa de novas possibilidades de codificação e uma invasão do material das agências de notícias na área do jornalismo na *Web*, principalmente” (PERNISA e ALVES, 2010, p. 46). O texto curto facilita o trabalho da redação e alimenta a ideia de que a *World Wide Web* é um espaço somente para o tempo real e encobre as possibilidades oferecidas pela estrutura hipertextual construída através de *hyperlinks* que direcionam a outros textos ou mesmo boxes e retrancas. Esse pensamento também obstrui um melhor desenvolvimento da hipermídia, reduzindo a utilização de vídeos, fotos e sons (PERNISA e ALVES, 2010).

As redações digitais fizeram a produção de reportagens deixar de ser um exercício do jornalismo, dedicando somente à produção de notícias. A prática adotada é a do empacotamento, quando, na maioria das vezes, recebem material de alguma agência de notícias, executam algumas alterações e, por vezes, dividem o material para criar notícias correlatas através do *hyperlink* ou adicionar algum material hipermidiático. Além da ideia de a *World Wide Web* ser um terreno exclusivo para a notícia em tempo real, outro ponto que colabora para essa postura das redações está na disputa para ser o primeiro a publicar uma notícia. Porém, raramente os leitores percebem quem foi o primeiro a publicar e não dão importância a isso. Mas, “uma notícia superficial, incompleta ou descontextualizada causa péssima impressão. É sempre melhor colocá-la no ar com qualidade, ainda que dez minutos depois dos concorrentes” (FERRARI, 2003, p. 49).

Essa postura de priorizar apenas a velocidade acaba por deturpar critérios de noticiabilidade e a própria atividade jornalística. Na ânsia de se publicar às pressas, por vezes, a apuração e a confirmação de dados acaba por ser abandonada, podendo gerar constrangimentos e informações incorretas. Portanto, embora muitos pareçam acreditar o contrário, a apuração não pode ser abandonada nas notícias digitais. O fato de a própria rede servir como ferramenta de pesquisa não elimina a necessidade do olhar do repórter. O simples rastreamento de notícias na rede acaba por padronizar a informação entre os *sites*, elas se repetem e recebem apenas um tratamento para se adequar ao padrão deste ou daquele veículo.

A nova plataforma amplia as possibilidades na construção da narrativa jornalística, a tecnologia favorece e facilita muitas das tarefas necessárias para a construção de uma boa reportagem. Mas nada disso será útil com o abandono de objetivos como a conquista da credibilidade, a informação correta, o enfoque diferente que podem ser mais bem explorados na *World Wide Web*.

4. A PRESENÇA DO HYPERLINK NO WEBJORNALISMO

Apesar de ainda passar por constantes mudanças e evoluções, o Webjornalismo está consolidado como um produto de comunicação. Atualmente, grande parte dos *sites* de conteúdo jornalísticos encontra-se na terceira geração, conforme divisão apresentada no capítulo três deste estudo. Mesmo os oriundos de outras mídias contam com redações próprias e equipes dedicadas exclusivamente à produção de conteúdo para a *World Wide Web*, que não realizam apenas a cobertura de fatos pontuais ou cotidianos, mas também de outros acontecimentos, atendendo à expectativa em relação ao trabalho jornalístico.

A tecnologia atual permite explorar a hipertextualidade e a hipermedialidade. A velocidade de conexão dos usuários à rede aumentou de tal forma que não se apresenta mais como uma limitadora em relação ao tamanho em bits dos arquivos a serem utilizados nessas coberturas. O número de documentos disponíveis também multiplica constantemente, facilitando não só o trabalho de apuração, durante a produção do material, mas também possibilitando diversas opções de contextualização e aprofundamento que se pode disponibilizar ao leitor. Na medida em que a rede se desenvolve, oferece um campo cada vez mais vasto ao Jornalismo Digital.

Nesse novo cenário, o papel do *hyperlink* ganha cada vez mais importância. Responsável pela construção hipertextual, ele é a principal ferramenta para que essas potencialidades sejam exploradas. Ao ter disponível a possibilidade de vincular, por meio da incorporação ou redirecionamento, conteúdos complementares ou ilustrativos, sendo eles textuais ou multimidiáticos, os veículos digitais têm a opção de oferecer aos seus leitores coberturas jornalísticas com uma complexidade impossível de ser feita em outros meios de comunicação. Ao publicar uma notícia, é possível disponibilizar uma multiplicidade de variantes para que o leitor construa individualmente seu roteiro, definindo, conforme seu interesse, o grau de imersão que ele dedicará àquele conteúdo.

Há de se reforçar que o atual momento não representa apenas um período de inéditas condições técnicas para a prática do Jornalismo em meio digital, mas também de uma nova fase na relação entre o leitor e o veículo. As pessoas abandonaram uma postura meramente curiosa em relação à internet e o uso da estrutura oferecida pela rede mundial de computadores, incluindo a *World Wide Web*, já se encontra incorporado ao cotidiano do grande público. Além disso, a

utilização da rede não está limitada apenas ao consumo de notícias, mas sim a uma inclusão de diversas atividades, como instrumento de relacionamento interpessoal, fonte de consulta e plataforma de serviços, entre outros.

Desse modo, o comportamento do leitor é alterado. Ao acessar a rede, ele espera encontrar o que busca, e com o conteúdo jornalístico não é diferente. No momento em que uma notícia lhe causa interesse em meio à navegação, ele dedicará o tempo e atenção que desejar ao material. Portanto, cabe ao webjornal atender a essa demanda; sempre devem ser oferecidas opções para que o internauta satisfaça sua curiosidade. Aos veículos, não é mais aceitável a postura de ofertar apenas informações em tempo real, deixando para as outras mídias a responsabilidade do aprofundamento e da análise.

Diante deste cenário contemporâneo, o presente capítulo irá realizar uma análise de conteúdo com ênfase na utilização do *hyperlink* no Webjornalismo. O objetivo é aferir a presença do vínculo eletrônico como parte integrante da narrativa jornalística, considerando não apenas sua presença no conteúdo textual, mas também de que modo ele se apresenta. Para o estudo, foram selecionados quatro webjornais que realizaram a cobertura da eleição presidencial venezuelana ocorrida em 14 de abril de 2013. O período analisado é o de uma semana, entre os dias 9 e 15 de abril, envolvendo os últimos dias da campanha eleitoral, a data do pleito e a repercussão após a divulgação do resultado.

A disputa envolveu dois candidatos: Nicolás Maduro, vice-presidente em exercício, e Henrique Capriles. A eleição foi convocada após a morte do presidente Hugo Chávez no dia 5 de março de 2013. Chávez estava desde 1998 no poder, constantemente era classificado como populista e, muitas vezes, como ditador. Suas gestões sempre envolveram polêmicas, principalmente em relação às práticas políticas assistencialistas e a aberta oposição aos EUA.

Maduro se apresentava como um continuador do Chavismo¹, denominação criada para definir a ideologia do ex-presidente que criou o termo Revolução Bolivariana², que engloba uma série de mudanças políticas, sociais e econômicas que seriam baseadas nas ideias de Simón Bolívar. Do outro lado, Capriles era o líder da oposição e havia perdido uma eleição em 2012, em um confronto direto com Chávez, então líder venezuelano.

¹ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Chavismo>

² Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Revolu%C3%A7%C3%A3o_Bolivariana

A escolha de analisar a cobertura da eleição venezuelana deve-se ao fato de a situação política do país favorecer ao Webjornalismo. Além da variedade de assuntos que podem ser abordados na atividade jornalística durante um período eleitoral, existia ainda um complexo contexto político que ia muito além da apresentação de dois candidatos. Qualquer leitor que desejasse se aprofundar no tema poderia ter uma riqueza de materiais disponíveis para não só acompanhar a disputa, mas também realizar um trabalho de recuperação histórica da situação política do país sul-americano.

4.1. SITES ANALISADOS

Para a escolha dos *sites* objetos de estudo exposto neste trabalho, foram definidos alguns critérios. O primeiro fator que determinou a seleção foi quanto ao perfil dos webjornais. Com o objetivo de avaliar se existem diferenças na utilização dos *hyperlinks* conforme a sua origem, optou-se por eleger dois que tenham seu surgimento ligado a empresas de comunicação já existentes, preferencialmente de jornalismo impresso, e outros dois que tenham iniciado suas atividades diretamente na área digital, sem nenhum histórico relacionado às mídias tradicionais.

Outro ponto de comparação é se a aplicação de vínculos eletrônicos é semelhante, apesar de diferenças geográficas, ou se ela se diferencia conforme a posição no globo. Para esse item, foi levado em conta a afinidade com a Venezuela. Assim, o primeiro país escolhido foi o Brasil em virtude da proximidade física. Além disso, ambos possuem um relacionamento estreito por questões políticas e econômicas. O segundo país selecionado foi a Espanha, que garante uma proximidade com a Venezuela pelas questões históricas colonialistas, ao mesmo tempo em que fica distante por estar situado em outro continente.

Definidos os países e considerando as condições estipuladas para a escolha, foram selecionados os *sites* brasileiros Zero Hora e Terra Brasil e os espanhóis *El País* e *Terra España*. A escolha desses webjornais possibilita uma terceira avaliação no que se refere especificamente aos *sites* Terra Brasil e *Terra España*, pois, como pertencem ao mesmo grupo empresarial, favorecem uma comparação direta entre os dois na busca de eventuais semelhanças ou diferenças na construção da narrativa hipertextual através do *hyperlink*.

4.1.1. ZERO HORA

O Zero Hora³, com sede em Porto Alegre, pertence ao Grupo RBS, um dos maiores grupos de comunicação do Brasil. Ele surgiu diretamente vinculado à versão impressa, que começou as atividades em 1964 e está entre os que possuem maior tiragem nacional, ocupando a sexta colocação no país. Além de disponibilizar na íntegra a versão em papel, o *site* conta com material próprio, produzido por uma equipe exclusiva de profissionais. Atualmente, está hospedado dentro do portal ClicRBS, junto com as páginas dos demais veículos de comunicação do grupo.

O *site* conta com atualização constante do conteúdo, durante 24 horas por dia, nos sete dias da semana. Além de notícias, o endereço disponibiliza espaço para os colunistas da versão impressa, por meio de weblogs nos quais eles podem expandir comentários e análises. A área de opinião no meio digital também é aberta para repórteres e editores durante cobertura especiais, além de colunas exclusivamente digitais. Possui ainda uma ação forte nas redes sociais, com perfis ativos e divulgação do material e promoções.

Desde 2010, o conteúdo do material impresso só pode ser acessado por assinantes do veículo. Em 2012, a empresa desenvolveu um sistema que limita a leitura a 20 notícias diárias em seu *site*, criando um serviço de assinatura exclusivamente digital. O webjornal faz parte do projeto do Grupo RBS⁴ de integração do conteúdo, independentemente da mídia em que ele foi divulgado.

O grupo teve início em 1957 e atua nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná com veículos em mídias tradicionais e investe forte na área digital com atuação nacional. O grupo é formado por diversos veículos, com destaque para RBS TV, rádios Gaúcha, Atlântida e Farroupilha, e os jornais Diário Gaúcho, Pioneiro, Diário Catarinense, além do próprio Zero Hora.

4.1.2. TERRA BRASIL

O portal Terra Brasil⁵ pertence ao grupo *Terra Networks*, uma empresa internacional que opera na internet e pertence ao grupo espanhol *Telefónica*, um dos maiores do mundo na área de telecomunicações. Ele foi criado em 1995 pela

³ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Zero_Hora

⁴ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Grupo_RBS

⁵ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Terra_Networks

empresa brasileira Nutec, de Porto Alegre, que atuava na área de automação de escritórios. Inicialmente, o *site* chamava-se NutecNet e, em 1996, foi incorporado ao Grupo RBS, tendo seu nome alterado para ZAZ. Em 1998, o *site* transforma-se em Canal Interativo ZAZ, tornando-se um dos primeiros canais interativos do Brasil.

Em fevereiro de 2000, o Grupo *Telefónica* adquiriu o *site* e passou a denominá-lo Terra, passando por uma remodelação. Atualmente, é considerada a maior empresa latino-americana de mídia digital e está presente em 18 países, tendo uma média de 70 milhões de acessos mensais. Sua estrutura é baseada no noticiário, além do entretenimento e esportes. O portal também oferece canais específicos de música e vídeos, além de outros serviços como correio eletrônico.

O Grupo *Telefónica*⁶, proprietário do portal, surgiu em 1924, em Madrid. Está presente nas áreas de telefonia móvel e fixa na Espanha e América Latina e também presta serviços de conexão à internet, provedor de acesso à rede nas modalidades paga e gratuita, serviços de centrais de atendimento, transmissão de dados e serviço de TV por assinatura.

4.1.3. EL PAÍS

O webjornal *El País*⁷ surgiu em 1990, sendo o segundo jornal digital espanhol na *World Wide Web*. Faz parte do Grupo Prisa e sua entrada na rede foi como uma versão digital da edição impressa. Em 2002, adotou um sistema para cobrança de seu conteúdo, resultando em uma drástica redução de visitas ao *site*. Em 2005, tornou a liberar o acesso, restringindo o seu material multimidiático e o conteúdo da versão impressa aos assinantes. O *site* possui atualização constante, sendo abastecido 24 horas por dia.

A versão impressa circula desde maio de 1976 e possui posição política social-democrata. Sua tiragem média é superior a 400 mil exemplares diários, sendo a maior entre os jornais não esportivos da Espanha. Tem sede em Madrid e conta com escritório nas principais cidades do país. Entre seus colaboradores, estão personalidades de renome mundial como Juan José Millás e Mario Vargas Llosa. É reconhecido por dar destaques aos temas internacionais, culturais e econômicos.

⁶ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Telefonica>

⁷ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/El_Pa%C3%ADs

O Grupo Prisa⁸ atua nos mercados de língua espanhola e portuguesa na área de criação e distribuição de conteúdos educativos, culturais, informativos e de entretenimento. Está presente em 22 países, possui diversas páginas na *World Wide Web*, recebendo a visita média mensal de 36 milhões de pessoas. Além do El País, o grupo também é responsável por empresas como Canal +, *Kebuena*, *Alfaguara*, TVi, Cinco Dias e As.

4.1.4. TERRA ESPAÑA

O portal *Terra España*⁹ também pertence ao *Terra Networks* e surge após a aquisição do webjornal pelo Grupo *Telefónica*, que expandiu a atuação com portais específicos para diversos países latinos. Assim como o portal brasileiro, possui uma equipe própria para a produção de conteúdo, além de trabalhar com material de agências de notícias. Sua atualização é constante e oferece, além do conteúdo jornalístico, material ligado ao entretenimento e ao esporte, agregando a outros serviços como canais de música, vídeo e correio eletrônico.

Em 2011, o Terra entrou pela primeira vez na relação das 100 melhores empresas para se trabalhar no mundo. Desde 2010, é apoiadora da fundação *Wikimedia*¹⁰, responsável pelo *site Wikipedia*. O portal espanhol é o mais novo do grupo e mantém a arquitetura da informação e o *design* dos outros 17 endereços Terra. Ele é o único representante do *Terra Networks* situado no continente europeu.

4.2. METODOLOGIA APLICADA

Para realizar o estudo, a metodologia utilizada foi o da análise de conteúdo. A escolha foi definida pela possibilidade de, através do método, identificar de forma clara a presença do *hyperlink* no conteúdo jornalístico dos *sites*, permitindo um resultado mais efetivo. Para a execução da pesquisa, o primeiro passo foi o de identificação das matérias publicadas nos *sites* escolhidos dentro do período estipulado. Esse filtro foi baseado na organização do conteúdo feito pelos próprios webjornais. Cada um dos *sites* criou uma subeditoria especial para a cobertura das

⁸ Disponível em <http://www.prisa.com/es/>

⁹ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Terra_Networks

¹⁰ Disponível em <http://wm.terra.com.br/wikipedia/>

eleições venezuelanas, contendo uma página principal na qual eram destacadas as principais notícias e uma recuperação de todas as matérias produzidas em ordem cronológica. Todos os textos publicados entre as datas definidas que constam nessa relação dos veículos foram selecionados.

A etapa seguinte foi de desenvolvimento de uma tabela com a relação de notícias e o levantamento da existência de *hyperlinks* em cada uma delas. A análise levou em consideração somente o conteúdo jornalístico de cada página diretamente ligada às eleições venezuelanas. Além da identificação da presença de vínculos, também foi feita uma classificação dos tipos de conexões existentes. A primeira divisão foi a de elos internos e externos. Os internos são aqueles que direcionam para conteúdos do próprio webjornal, enquanto os externos estipulam conexões para documentos que estão fora dos *sites*.

Os *hyperlinks* internos são subdivididos em incorporação, notícias relacionadas, *tags*, documentação e opinião. Sendo que:

- a) Incorporação: refere-se aos recursos hipermidiáticos que são incorporados ao conteúdo textual, estão divididos em foto (F), vídeo (V) e áudio (A);
- b) Notícias relacionadas: são *hyperlinks* que direcionam a outras notícias do *site* que tenham relação com o tema, não compõem o texto, estando localizadas normalmente no final de cada matéria;
- c) *Tags*: palavras-chave que funcionam como referência de busca de outros documentos do *site* e, assim como as notícias relacionadas, encontram-se fora do texto jornalístico;
- d) Documentação (Doc): vínculos criados para documentos publicados dentro do *site*. Esses documentos podem exercer a função de memória, contextualização ou aprofundamento. Os vínculos acontecem através de palavras, trechos e expressões ou mesmo imagens destacadas no texto;
- e) Opinião: direcionamento para material opinativo do veículo, podendo ser um *weblog* de colunista, editorial ou semelhante.

Para os *hyperlinks* externos a subdivisão se deu da seguinte forma, incorporação, documentação e redes sociais, conforme segue:

- a) Incorporação: refere-se aos recursos hipermidiáticos que são incorporados ao conteúdo textual, estão divididos em foto (F), vídeo (V) e áudio (A);
- b) Documentação (Doc): vínculos criados para documentos publicados fora do *site*. Esses documentos podem exercer a função de memória,

contextualização ou aprofundamento. Os vínculos acontecem através de palavras, trechos e expressões ou mesmo imagens destacadas no texto ou fora dele, logo após a notícia;

- c) Redes sociais: redirecionamento para conteúdos publicados dentre das redes sociais, tendo a função de comprovação de informação ou sugestão de perfis, através de palavras, trechos e expressões textuais ou mesmo imagens.

A partir das tabelas desenvolvidas, o trabalho analisa se a utilização do *hyperlink* como ferramenta de construção narrativa se dá de forma efetiva, colaborando para uma leitura hipertextual. Também permite a comparação entre os *sites*, de modo a identificar eventuais semelhanças ou diferenças na aplicação do vínculo eletrônico.

4.3. O HYPERLINK NOS WEBJORNAIS

Durante o período de 9 a 15 abril de 2013, foram publicadas um total de 222¹¹ notícias abordando as eleições venezuelanas entre os quatro *sites*. Por dia o total de publicações se dividiu em: 9 de abril, 11 notícias; 10 de abril, 20 notícias; 11 de abril, 23 notícias; 12 de abril, 15 notícias; 13 de abril, 26 notícias; 14 de abril, 69 notícias e 15 de abril, 58 notícias. Em todas as matérias, existe a presença de ao menos um *hyperlink* conforme a classificação desenvolvida para a análise.

Individualmente, o *site* Zero Hora publicou 43 notícias no total. No dia 9 de abril, foi apenas uma matéria, nos dias seguintes a quantidade aumentou, passando para três no dia 10, seis no dia 11, quatro no dia 12, uma no dia 13, 17 no dia 14 e 11 no dia 15. Esse conteúdo foi dividido entre material de agências de notícias e reportagens realizadas por um correspondente especial enviado a Caracas durante a semana da eleição.

Um ponto que merece destaque é a página que foi capa da editoria especial¹² para a cobertura do evento. Nela, além de disponibilizar o histórico de todas as matérias sobre o processo eleitoral, também apresenta um infográfico com pequeno perfil dos candidatos, a explicação das regras da disputa, um resumo do momento do país, o resgate dos principais fatos que aconteceram entre a eleição ocorrida em

¹¹ Disponível em <http://www.sendspace.com/file/1zvidg>

¹² Disponível em <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/mundo/pagina/eleicoes-na-venezuela.html>

outubro de 2012 até a convocação do novo pleito. Traz também um mapa político do país e algumas informações sobre o velório de Hugo Chávez.

O Terra Brasil publicou um total de 70 notícias durante o período, com grande concentração de matérias no data da votação e no dia seguinte, quando da divulgação do resultado oficial. Em 9 de abril, foram publicadas duas notícias pelo *site*, no dia 10 o total foi de quatro notícias, dia 11 também foram quatro matérias, no dia 12 manteve-se o número de quatro notícias, no dia 13, a quantidade de matérias publicadas dobrou para oito. Na data da eleição, 14 de abril, a quantidade foi de 22 notícias publicadas e, no dia seguinte, último do levantamento, foram 26 matérias.

A maior parte da produção do portal baseou-se no material de agências de notícias; são poucos os textos assinados por jornalistas da empresa. Não há uma informação clara se o repórter é um enviado especial, correspondente ou se houve o aproveitamento de conteúdos produzidos pelos outros portais do grupo, sendo feita apenas a tradução e algum tipo de adaptação ao conteúdo.

O webjornal *El País* conta com 41 notícias relacionadas às eleições venezuelanas. No dia 9, foi publicada apenas uma notícia; no dia 10, passou para três matérias; no dia 11, foram cinco; no dia 12, são três notícias; no dia 13, véspera da eleição, houve um aumento para nove. Mais seis notícias foram para o ar no dia 14 e 14 no dia 15.

O diferencial do *El País* é utilizar pouco material de agência de notícias, principalmente na questão textual. A maior parte de suas matérias é assinada por repórteres de Caracas, Miami, Washington e Rio de Janeiro. Das agências, o mais frequente são as imagens.

O portal *Terra España* realizou 68 publicações em todo o período. Já no dia 9 foram postadas sete notícias. No dia 10 são dez matérias, no dia 11, foram oito publicações. O dia 12 foi marcado por uma queda no volume, passando para quatro notícias, com o dia 13 retomando a média de oito matérias. No dia 14 há um salto para 24 notícias publicadas, caindo para sete no dia 15, prazo final do levantamento.

Apesar de fazer parte do mesmo grupo que o Terra Brasil, o portal espanhol se diferencia do brasileiro na origem de suas matérias. Apesar de também se utilizar majoritariamente de material de agências de notícias, ele faz uso de conteúdo produzido por outros portais do grupo, principalmente do Terra México e Terra EUA, que são direcionados para os latino-americanos residentes no país. Assim como o endereço brasileiro, o espanhol não utiliza material de apenas uma agência, tendo

conteúdo das principais empresas mundiais do segmento, como Reuters, BBC, AFP, EFE e AP.

A partir do levantamento e a análise da aplicação dos *hyperlinks* conforme classificação apresentada neste capítulo, o estudo pretende não apenas identificar a presença do vínculo eletrônico, mas também de quais formas elas ocorrem, de modo a garantir uma real experiência de leitura hipertextual ao público. A Tabela 1 apresenta um quadro geral da utilização dos *hyperlinks* nos webjornais estudados. Nela, consta em números totais a quantidade de notícias publicada em cada um dos veículos e a contagem específica dos tipos de *hyperlinks*, possibilitando a criação de um cenário que permita avaliar de forma mais clara a presença desses vínculos eletrônicos.

Tabela1 – Quadro geral da utilização do *hyperlink*

Veículos	Notícias Publicadas	Interno							Externo				
		Incorporação			Notícias relacionadas	Tags	Doc	Opinião	Incorporação			Doc	Redes sociais
		F	V	A					F	V	A		
Zero Hora	43	30	0	0	13	43	17	14	0	1	0	1	2
Terra Brasil	70	67	21	0	70	0	62	0	0	0	0	0	2
El País	41	32	6	0	35	0	31	0	0	0	0	34	3
Terra España	68	65	52	0	68	0	45	0	0	0	0	37	2
Total	222	194	79	0	186	43	155	14	0	1	0	72	9

Conforme dito anteriormente, o *hyperlink* está presente nas 222 notícias analisadas. Entretanto, é necessário destacar alguns pontos que se sobressaem no quadro geral. O primeiro é a inexistência de incorporações de áudio no material de todos os webjornais, tanto para vínculos internos quanto para vínculos externos. É importante salientar que arquivos de áudio podem ter um importante papel de aferição ou aprofundamento, podendo o veículo disponibilizar a íntegra de uma entrevista ou depoimento, com o objetivo de oferecer ao leitor um maior detalhamento do que pensa ou disse o entrevistado.

Ainda sobre a questão hipermediática, também é praticamente inexistente a presença de incorporações de foto e vídeo de arquivos publicados fora dos endereços eletrônicos. Mesmo o material produzido por agência de notícias é armazenado dentro do webjornal. Não há redirecionamento para nenhum arquivo externo, exceto em uma notícia publicada no webjornal Zero Hora. Outro ponto de destaque também se relaciona ao Zero Hora, o único a utilizar *tags*. Apesar de todos

empregarem palavras-chave para a realização de busca de conteúdo relacionado, somente o *site* Zero Hora coloca essas palavras após a notícia, ao contrário dos demais, que a destacam dentro dos textos, junto com os outros vínculos.

É predominante a presença de fotos nas publicações, das 222 notícias. Apenas 28 não possuíam ao menos uma imagem compondo o material. Entretanto, há uma grande quantidade de fotos que se repetem entre as notícias, principalmente nos *sites* Terra. Aparentemente, esses veículos têm por padrão a inserção de foto em todas as matérias. É possível comprovar isso pelo fato de que em ambos, apenas três não possuem imagens. Por outro lado, o número de repetições de fotos nos dois portais é considerável. Também é comum encontrar a mesma imagem em webjornais diferentes. Como todos trabalham muito com material de agências de notícias e sem muita variação entre elas, o resultado é que, constantemente, a mesma imagem aparece em mais de um veículo.

A presença de vídeos, apesar de não tão expressiva quanto a de fotos, também é alta: 80 notícias contam com a presença deles. Como comentado antes, apenas o *site* Zero Hora incorporou ao seu conteúdo um vídeo externo. Em contrapartida, ele também é o único a não ter publicado vídeo próprio. O *site* *El País* utilizou seis vídeos, todos de seu canal *El País TV*; o mesmo fizeram os portais Terra, com o seu Terra TV. Mas aqui há uma diferença entre os endereços do mesmo grupo: enquanto o Terra Brasil publicou 21 vídeos em 70 notícias, o Terra Espanhol conta com vídeos em 52 das suas 68 matérias.

Mas, assim como o ocorrido com as fotografias, existe um grande número de repetição de vídeos no portal espanhol. É possível identificar uma tendência do *Terra España* em criar um desenho padrão para as notícias. Ele mantém um modelo em que são usadas as mesmas fotos e vídeos dentro de uma disposição, conforme cada candidato. O número real de vídeos produzidos é inferior a dez, sendo que o volume é causado pela reincidência na publicação dos mesmos. Ainda sobre a questão da hipermedialidade, o *site* *El País* produziu dois infográficos para explicar a divisão política na Venezuela. Esses infográficos foram computados na categoria fotografia e, junto com a galeria de imagens, são os únicos que apresentam um tratamento no desenho da página diferenciado em relação às demais do noticiário.

4.3.1. VÍNCULOS PARA DOCUMENTAÇÃO INTERNA

Na questão documental e de referências, o *hyperlink* com direcionamento para conteúdo interno é amplamente utilizado, com exceção das *tags*, recurso aplicado somente pelo *site* Zero Hora (Tabela 2). Os vínculos dentro do conteúdo textual que remetem para outros documentos do próprio endereço ou para sistemas de buscas de conteúdos relacionados se fazem presentes na maioria das matérias. A opção de notícias relacionadas está em 83% das matérias - das 222 aparece em 186. Nos portais Terra, o item está em todas as publicações, mostrando claramente um padrão entre eles. O *site* *El País* também conta com uma presença majoritária do item, apenas seis notícias não trazem a opção. Situação diferente é encontrada no webjornal Zero Hora, apenas 13 das 43 matérias possuem um rol de notícias relacionadas.

Tabela 2 – *Hyperlinks* documentais e referenciais internos

Webjornal	Notícias Publicadas	Notícias relacionadas	Tags	Doc	Opinião
Zero Hora	43	13	43	17	14
Terra Brasil	70	70	0	62	0
El País	41	35	0	31	0
Terra	68	68	0	45	0
España					
Total	222	186	43	155	14

Ainda tratando do vínculo interno, os *hyperlinks* inseridos dentro do texto que remetem a documentos com a função de contextualização ou memória também possuem presença significativa. Em 70% das notícias, existe algum tipo de vínculo para outro conteúdo dentro do webjornal. Mais uma vez, o Zero Hora possui uma quantidade bem inferior aos outros *sites*, pois em apenas em 17 das 43 matérias há essas conexões. É possível perceber uma diferença entre os portais Terra: o brasileiro apresenta uma presença muito mais efetiva desse tipo de elo em comparação ao espanhol.

O *site* Zero Hora também se difere por ser o único a apresentar vínculos a conteúdos de opinião. Durante a cobertura, o correspondente especial do veículo manteve um *weblog* no qual postava informações, curiosidades e apreciações sobre o pleito. Em 14 matérias, foram inseridos *hyperlinks* direcionados para esse material que é hospedado dentro do portal ClicRBS, no qual o webjornal também faz parte. Em nenhum outro veículo houve procedimento semelhante.

4.3.2. VÍNCULOS PARA DOCUMENTAÇÃO EXTERNA

Ao que se refere à inserção de vínculos que direcionam a documentos publicados fora do webjornal, não há muitas semelhanças entre os veículos, como ocorre em relação às conexões internas (Tabela 3). Enquanto temos a presença de *hyperlinks* para conteúdos externos em 34 das 41 notícias publicadas pelo *El País*, o portal Terra Brasil conta com apenas duas de 70 matérias publicadas. O outro portal do grupo, *Terra España*, disponibilizou elos que conectam a materiais fora de seu domínio em 39 das suas 68 notícias publicadas. No webjornal Zero Hora, encontramos apenas três matérias com esse tipo de redirecionamento.

Tabela 3 – *Hyperlinks* documentais e referenciais externos

Webjornal	Notícias Publicadas	Doc	Redes sociais
Zero Hora	43	1	2
Terra Brasil	70	0	2
El País	41	34	3
Terra España	68	37	2
Total	222	72	9

Há uma paridade na quantidade de direcionamentos para redes sociais. Isso se deve a um caso específico, no qual a conta do candidato Nicolás Maduro no microblog Twitter foi invadida. Os quatro webjornais noticiaram e inseriram *hyperlink* para a referida página. Todos também publicaram matérias citando o perfil de Henrique Capriles no mesmo microblog, com redirecionamento. No caso específico do *El País*, foi contabilizada uma presença a mais devido a uma ação do webjornal, na qual, em meio a uma notícia no dia da eleição, foi incorporada à matéria uma janela que trazia as atualizações em tempo real que o veículo realizava em redes sociais, sendo possível ao leitor acompanhar na própria página do jornal ou ser encaminhado para o Twitter.

Na questão documental, Zero Hora disponibilizou apenas um vínculo externo, exatamente na mesma matéria que trata da invasão do perfil de Nicolás Maduro no Twitter. A reportagem traz um *hyperlink* para a página oficial do candidato. Já o Terra Brasil não apresenta nenhuma conexão externa para documentos, restringindo-se unicamente à questão envolvendo a conta invadida. Por outro lado, o Terra espanhol disponibiliza uma boa quantidade de redirecionamentos. Esses

hyperlinks estão inseridos no texto e não há diferenciação visível para aqueles que encaminham a documentos internos ou externos.

Os elos externos apresentados pelo *Terra España* são bastante variados, conectando páginas oficiais de partidos e candidatos, bem como órgãos oficiais citados nas matérias. Uma prática bastante comum é a vinculação para conteúdos da enciclopédia digital *Wikipedia*. Como dito anteriormente, o Grupo *Terra Networks* é apoiador do projeto e é constante a ligação para páginas que contenham perfis de fontes ou personagens das matérias, além de, em alguns casos, também utilizar a enciclopédia para contextualização ou esclarecimentos quanto a fatos pertencentes à notícia.

A inserção de *hyperlinks* externos no *El País* se dá de uma forma diferente das demais. Apesar de incluir alguns redirecionamentos para conteúdos externos dentro do texto, como acontece no *Terra España*, em que o leitor é conduzido às páginas de órgãos ou personagens mencionados na matéria, ele oferece uma relação de notícias publicadas em outros *sites* jornalísticos. Após a relação das matérias do próprio veículo, há uma lista com algumas reportagens de outros webjornais espanhóis, com a opção de uma listagem mais completa. Outro diferencial é a inclusão no próprio texto de nexos para matérias de outros *sites* caso os mesmos sejam citados na reportagem.

4.4. ANÁLISES CRUZADAS

O objetivo do trabalho não é somente analisar de que forma a utilização do *hyperlink* se dá nos webjornais selecionados, mas também identificar possíveis características relacionadas entre eles, conforme suas origens. Para realizar essa tarefa, os *sites* serão divididos considerando dois critérios. O primeiro é quanto à sua natureza e levará em conta se o veículo teve sua origem diretamente ligada a *World Wide Web*, sem nenhuma relação com empresas que possuam produtos jornalísticos em outras mídias ou se ele surge de grupos de comunicações já atuantes no mercado.

Neste caso, os webjornais Zero Hora e *El País* formam um grupo por terem sido originados por veículos impressos homônimos. Enquanto os portais Terra Brasil e *Terra España* compõem o outro grupo por não possuírem relações com veículos de diferentes meios. Apesar de ter em sua origem ligação ao Grupo RBS, o Terra

pode ser considerado nativo da *World Wide Web*, pois o formato de negócio atual só foi implantado após a sua aquisição pelo Grupo *Telefónica*, quando deixou de se chamar ZAZ e assumiu o nome de Terra.

A segunda divisão se dará pela nacionalidade de cada webjornal. Assim, os grupos formados serão os brasileiros Terra Brasil e Zero Hora, e os espanhóis *El País* e *Terra España*. Esta divisão procurará encontrar semelhanças na prática do Webjornalismo dentro de um contexto geográfico, identificando se, por questões culturais, há a semelhança entre os referidos veículos. Essas análises cruzadas permitirão uma melhor conclusão quanto à prática da utilização do *hyperlink* no Webjornalismo praticado por esses veículos.

4.4.1. ANÁLISE PELA ORIGEM

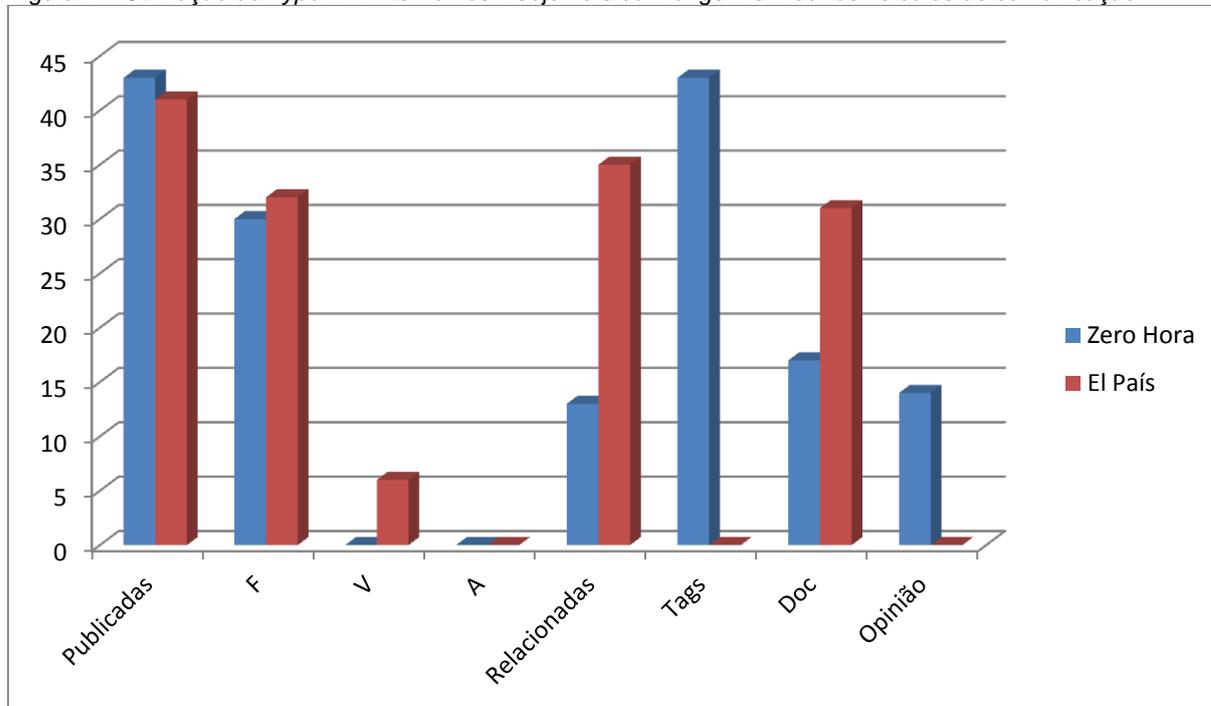
Como apresentado no capítulo três deste estudo, o Webjornalismo se originou de um processo gradual de introdução de empresas de comunicação que atuavam em outras mídias para a *World Wide Web*. Em uma primeira etapa, isso aconteceu principalmente com veículos impressos que, ao expandirem-se para o novo ambiente, limitaram-se a transpor o conteúdo impresso para o digital uma vez por dia, e, na maioria dos casos, de forma parcial. Somente com o passar do tempo, começaram a surgir os primeiros materiais específicos para a internet e as redações passaram a se separar, sendo formadas equipes específicas para os webjornais.

Atualmente, essas empresas contam com redações digitais que produzem conteúdo exclusivo para os *sites*, tendo alguns colaboradores que acabam desenvolvendo materiais para as versões digitais e impressas. Posto isso, será realizada a análise a partir do levantamento da utilização do *hyperlink* nos webjornais Zero Hora e *El país*, que possuem sua origem ligada diretamente a jornais impressos e pertencentes a grandes grupos empresariais na área de comunicação em seus países.

Inicialmente, há uma igualdade entre o número de notícias publicadas no período, tendo Zero Hora 43 matérias e *El País*, 41. A quantidade de fotos também é bastante semelhante, com 30 para o Zero Hora e 32 para *El País*. Por outro lado, há a presença de vídeos em seis notícias publicadas pelo *El País*, enquanto o Zero Hora não possui nenhum vídeo que tenha sido produzido ou editado pelo próprio

veículo. O único vídeo incorporado se deu por meio de vínculo externo para apresentar ao leitor os *jingles* de campanha dos dois candidatos venezuelanos.

Figura 2 – Utilização do *hyperlink* interno nos webjornais com origem em outros veículos de comunicação



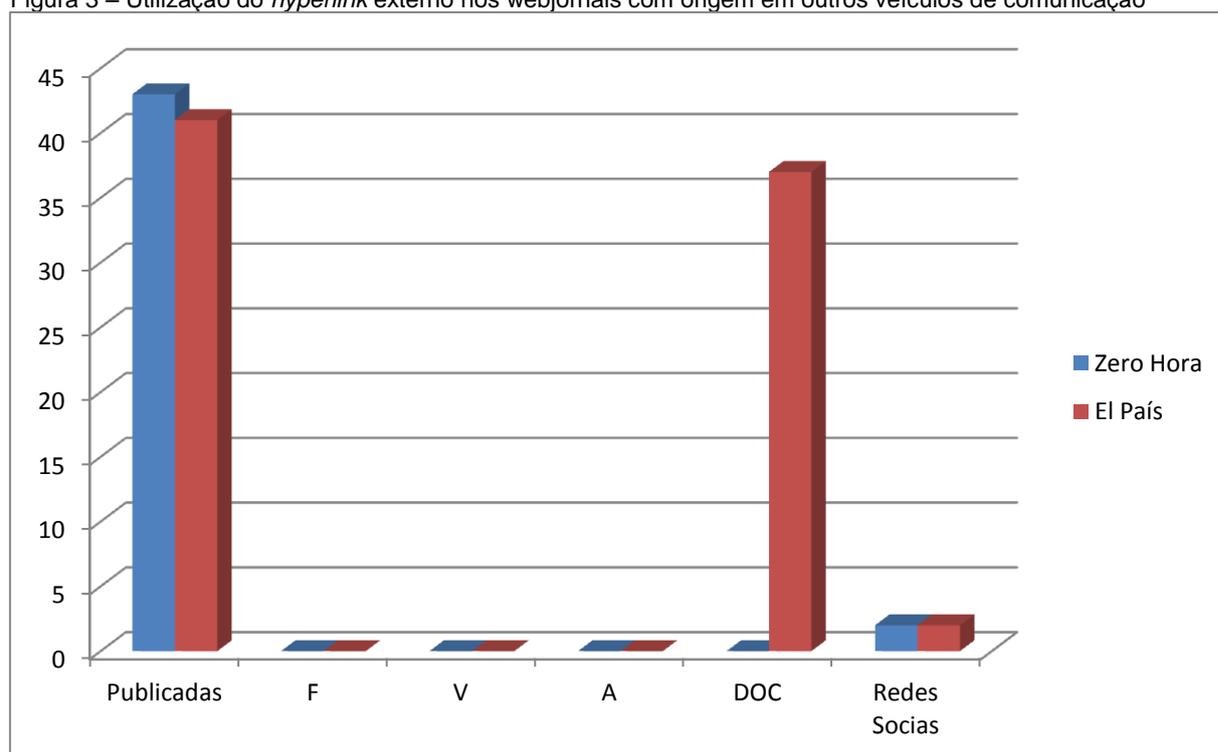
A ausência de vídeos por parte do Zero Hora não pode ser classificada como algum tipo de dificuldade estrutural, pois o webjornal conta com equipamentos de qualidade, além de profissionais capacitados para desenvolver esse tipo de material sem maiores dificuldades, visto que, em outras coberturas, ele se faz presente. Trata-se, portanto, de uma opção do veículo.

As semelhanças entre os dois webjornais se limitam a questão de quantidade de matérias publicadas e a presença de material fotográfico (Figura 2). Ao passar para a utilização do *hyperlink* como ferramenta de memória e contextualização, através de conexões internas, o comportamento de ambos se dá de forma diferente. Como dito anteriormente, o Zero Hora opta pela utilização de *tags*, reduzindo a inserção do item “notícias relacionadas” ou da seleção de palavras-chave dentro do conteúdo textual para a geração de vínculos. Há, também, a incidência de elos para a parte de opinião, exclusividade do Zero Hora entre os *sites* avaliados.

O *El País* possui forte presença do *hyperlink* direcionado às notícias relacionadas e na parte de documentação. O webjornal não utiliza o recurso das *tags* e não há direcionamento para textos de opinião. A conexão para conteúdo

externo (Figura 3) também é considerável, não apresentando o aparente resguardo no direcionamento do leitor para outros *sites*, incluindo noticiosos de seu país. A frequência com que esses elos externos aparecem no texto e, principalmente, o fato de haver sugestões de leituras para conteúdos de *sites* que são seus concorrentes, demonstram uma preocupação muito maior em ofertar aos seus leitores opções de aprofundamento do que mantê-los presos ao *site*.

Figura 3 – Utilização do *hyperlink* externo nos webjornais com origem em outros veículos de comunicação



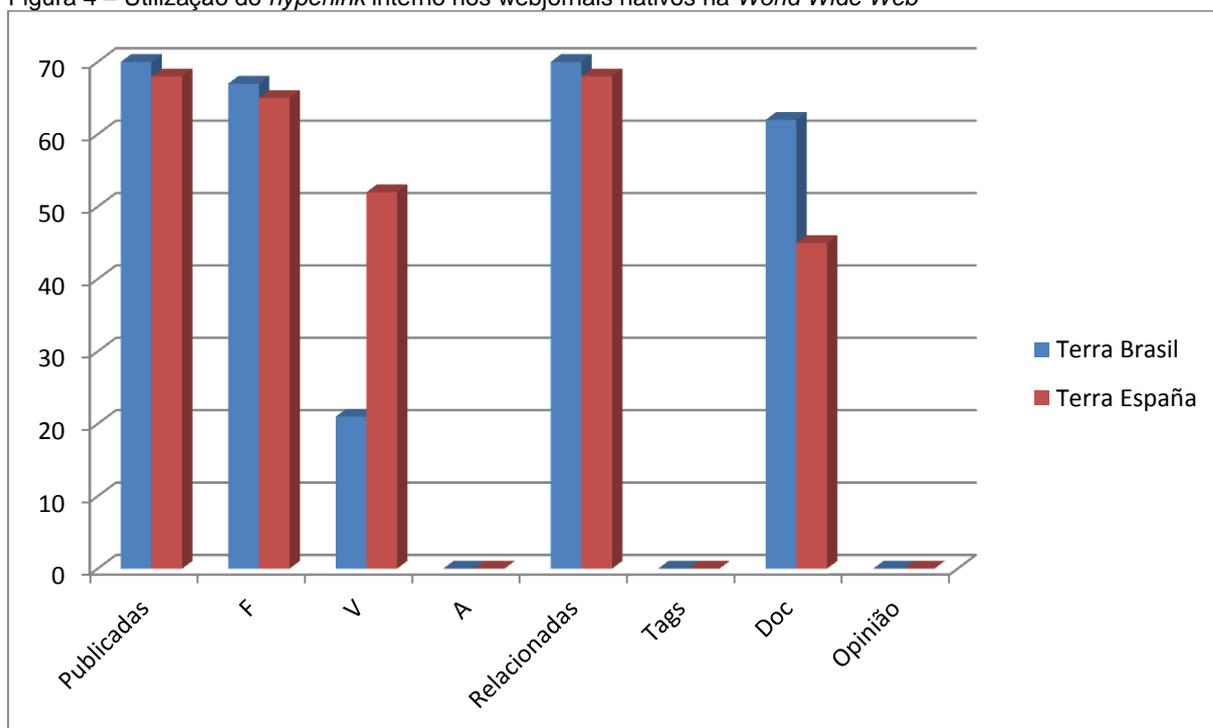
Esse tipo de postura não é encontrado no Zero Hora, a ligação externa é praticamente inexistente e, mesmo internamente, ela quase não se apresenta dentro do conteúdo textual. Em seu materiais, é muito baixa a incidência de *hyperlinks*, mantendo uma estrutura de bloco único para ser lido do início ao fim linearmente. A maior parte das conexões se encontra na periferia do conteúdo e a preferência é visivelmente para conteúdo interno do *site*. Entretanto, merece ser ressaltada novamente a iniciativa do jornal, de desenvolver um infográfico apresentando as principais informações do pleito como uma forma de o leitor se contextualizar. Entretanto, não há redirecionamento visível para esse material.

Em relação ao *hyperlink* para as redes sociais, fica claro que não é uma prática comum dos webjornais. Em ambos, ela só aconteceu devido a um fato

específico envolvendo a invasão da conta do *Twitter* de Nicolás Maduro. O ocorrido foi o motivador para a ligação externa com o *microblog*; salvo esse evento, apenas o *El País* utilizou o recurso e para promover sua própria conta como ferramenta de acompanhamento do pleito.

Já por parte dos portais espanhol e brasileiro Terra, a situação é diferente. Eles surgem já na segunda geração do Webjornalismo, com redações totalmente digitais, desenvolvendo material exclusivamente para a *World Wide Web*. Não há uma relação direta com veículos de outras mídias e fazem parte de um dos maiores grupos de telecomunicações do mundo. A estrutura de página de ambos é bastante semelhante, desde a questão visual até a hierarquização do conteúdo. Quanto à utilização do *hyperlink*, há uma paridade em relação ao uso de vínculos internos, diferentemente do que acontece com os webjornais oriundos de outros veículos (Figura 4).

Figura 4 – Utilização do *hyperlink* interno nos webjornais nativos na *World Wide Web*

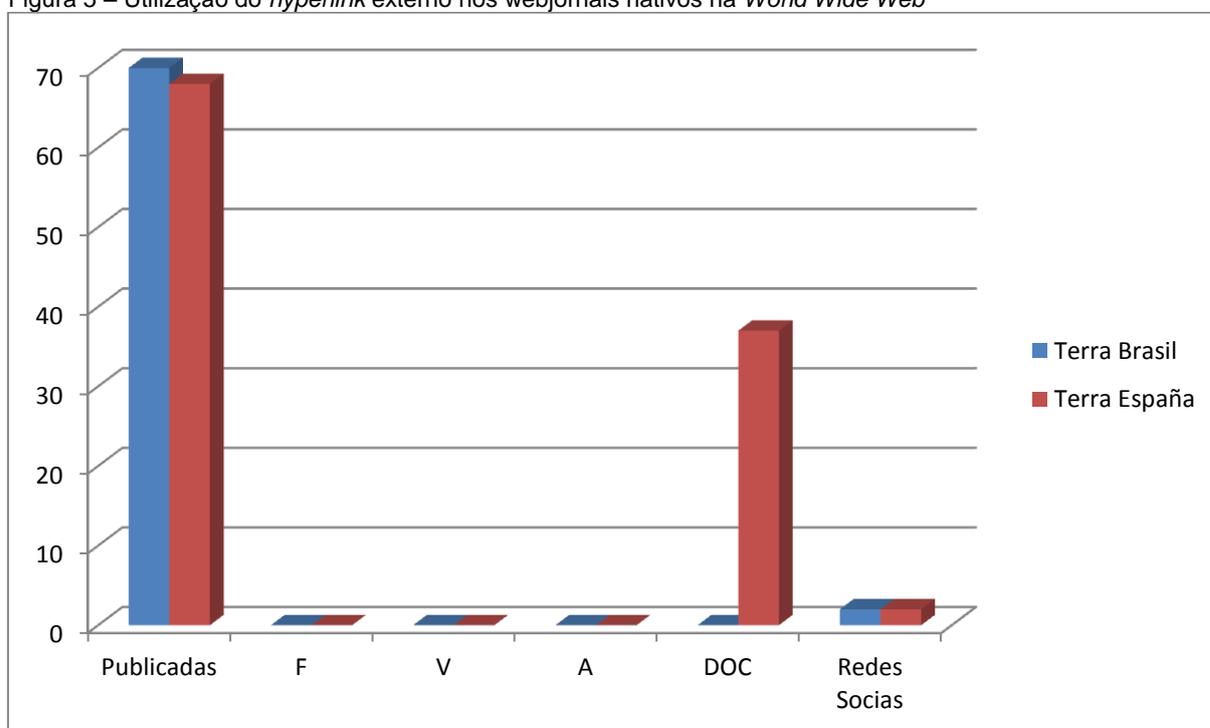


A quantidade de notícias publicadas é muito próxima, tendo o portal brasileiro postado duas matérias a mais. A incorporação de fotos também é semelhante, apenas três de cada um não possuem imagens. Cabe ressaltar que o material fotográfico é quase em sua totalidade originado de agências de notícias, mas está hospedado nos servidores dos portais. Há uma superioridade na incorporação de

vídeos pelo endereço espanhol, lembrando que o referido *site* opta pela repetição desse tipo de material.

Há claramente uma postura de sempre oferecer ao leitor uma lista de notícias relacionadas à matéria. Em todas as publicações dos portais, essa opção aparece, assim como é comum em ambos a ausência de *tags* ou *hyperlinks* para conteúdo de opinião. Quanto ao direcionamento à documentação interna, há uma tendência do portal brasileiro em usar mais o recurso: apenas em oito matérias não existem vínculos internos. No *Terra España*, essa incidência é menor, e das 68 notícias, 45 apresentam esse elo com conteúdos do próprio *site*.

Figura 5 – Utilização do *hyperlink* externo nos webjornais nativos na *World Wide Web*



A grande diferença se encontra na utilização de *hyperlinks* externos (Figura 5). O Terra Brasil possui apenas dois redirecionamentos externos, exatamente para redes sociais, envolvendo o caso de invasão do perfil de Nicolás Maduro. No *Terra España*, o *hyperlink* se encontra presente em 37 notícias, além dos dois redirecionamentos para o *Twitter* pelas mesmas razões do portal brasileiro. Enquanto o *site* brasileiro rejeita a opção de encaminhar o leitor a conteúdos externos, a versão espanhola usa do recurso com frequência.

Uma dos recursos usados pelo *Terra España* nessa conexão com conteúdos externos é ter a enciclopédia digital *Wikipedia* como referência para perfis de fontes

e personagens, além de recuperação de fatos históricos ou opção de detalhamento sobre alguma região. Como explicado, o Grupo *Telefónica*, proprietária dos portais, é financiadora da enciclopédia, tendo um desenho de página específico, com uma tarja superior com as cores e logomarca do portal, os redirecionamentos são todos feitos para as páginas utilizando esse desenho.

Fica o estranhamento pelo fato de, mesmo pertencendo ao mesmo grupo financiador da enciclopédia, não haver uma padronização nesse tipo de comportamento pelos portais. Entretanto, o *Terra España* não se limita apenas ao redirecionamento para o *Wikipedia*, sendo frequente os vínculos para endereços de organizações, páginas pessoais e mesmo empresas privadas, quando citadas nas matérias.

4.4.2. ANÁLISE PELA NACIONALIDADE

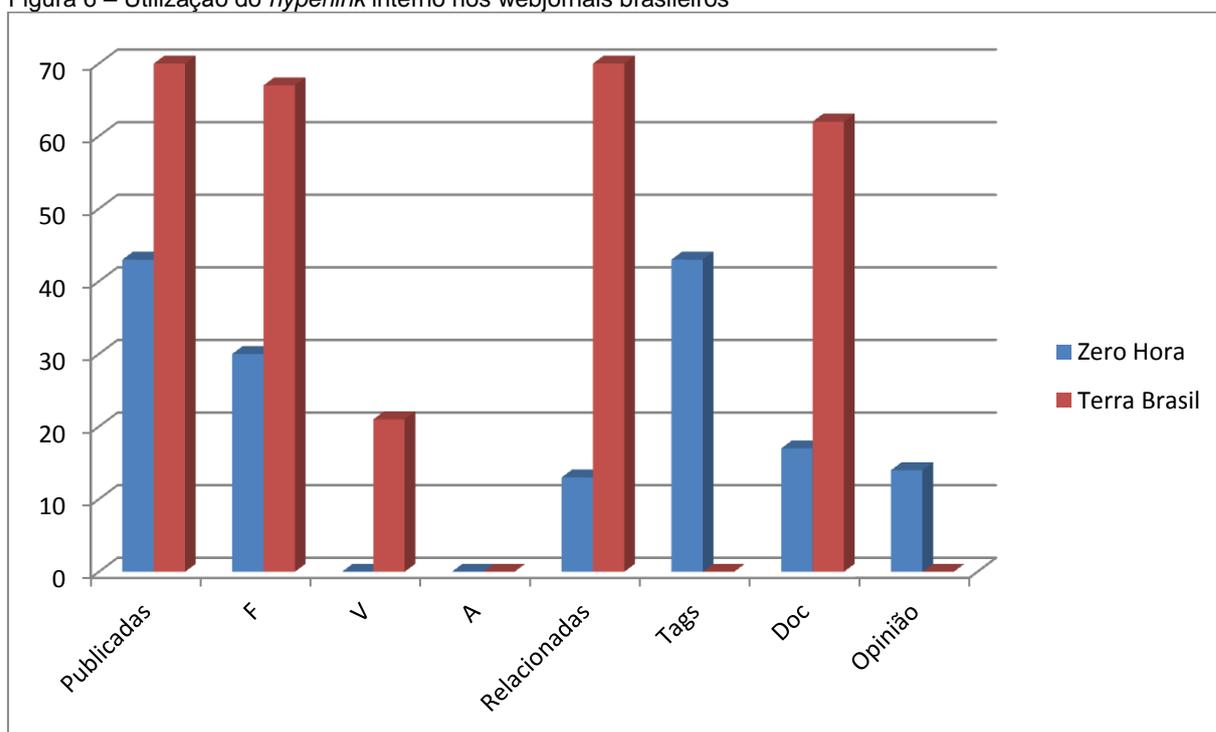
Nesta etapa da análise, os webjornais foram divididos pela nacionalidade. O objetivo é identificar se existem semelhanças no uso do *hyperlink* pelos veículos conforme o país em que estão sediados. Para isso, serão mantidos os mesmos critérios e divisões estabelecidos até então. Esta é a última fase do levantamento para que se possa, efetivamente, avaliar a utilização dos *hyperlinks* pelos webjornais e se, conforme suas aplicações, eles possibilitam ao leitor uma experiência de leitura hipertextual real, conforme foi apresentado na introdução do presente estudo.

Os *sites* brasileiros Zero Hora e Terra Brasil possuem clara distinção no que se refere à presença do *hyperlink* interno (Figura 6). A utilização de vínculos para conteúdos produzidos pelos próprios webjornais se dá de forma diferente. Enquanto o Zero Hora prioriza o uso de *tags*, presente em todas as notícias publicadas, o Terra Brasil opta pelo item “notícias relacionadas”, disponível na totalidade das publicações. Em contrapartida, não há nenhum tipo de inserção de *tags* no Terra Brasil, enquanto no Zero Hora, apesar de em pequeno número, o item “notícias relacionadas” se faz presente.

A quantidade de notícias publicadas durante o período de coleta pelos webjornais também é bastante distinta. Durante o período de sete dias, Zero Hora disponibilizou 43 matérias, enquanto o Terra Brasil, 70. No que se refere à hipermedialidade, o Terra Brasil também apresenta uma maior incidência de fotografias; somente em três matérias não há imagens. Apesar de não possuir a

mesma frequência, o Zero Hora traz uma boa quantidade de material fotográfico, e em 30 das 43 postagens elas estão presentes. O mesmo não ocorre com vídeos: são 21 do portal Terra, contra apenas um do Zero Hora. Em relação à documentação, a diferença entre ambos permanece.

Figura 6 – Utilização do *hyperlink* interno nos webjornais brasileiros



A utilização de *hyperlinks* dentro do conteúdo textual para materiais arquivados no próprio endereço é uma prática constante pelo Terra Brasil. No Zero Hora, esse tipo de vínculo é encontrado em menos da metade das notícias: das 43 publicadas, apenas 17 continham *hyperlink* para documentos internos. Por outro lado, reforça-se a situação de que apenas o Zero Hora conectou seus textos a conteúdos de opinião, o que ocorreu em 14 reportagens.

Em relação à conexão com matérias fora dos webjornais, o comportamento de ambos é idêntico (Figura 7). No total, Terra Brasil e Zero Hora juntos publicaram 113 notícias e só é constatada a presença de *hyperlink* para documentos externos em uma matéria de cada: exatamente a invasão do perfil do candidato Nicolás Maduro no microblog *Twitter*. Além desse vínculo isolado, são computadas mais duas conexões de cada um dos *sites* para as redes sociais, relacionadas ao mesmo caso, além da inserção de um vídeo externo para Zero Hora.

Figura 7 – Utilização do *hyperlink* externo nos webjornais brasileiros

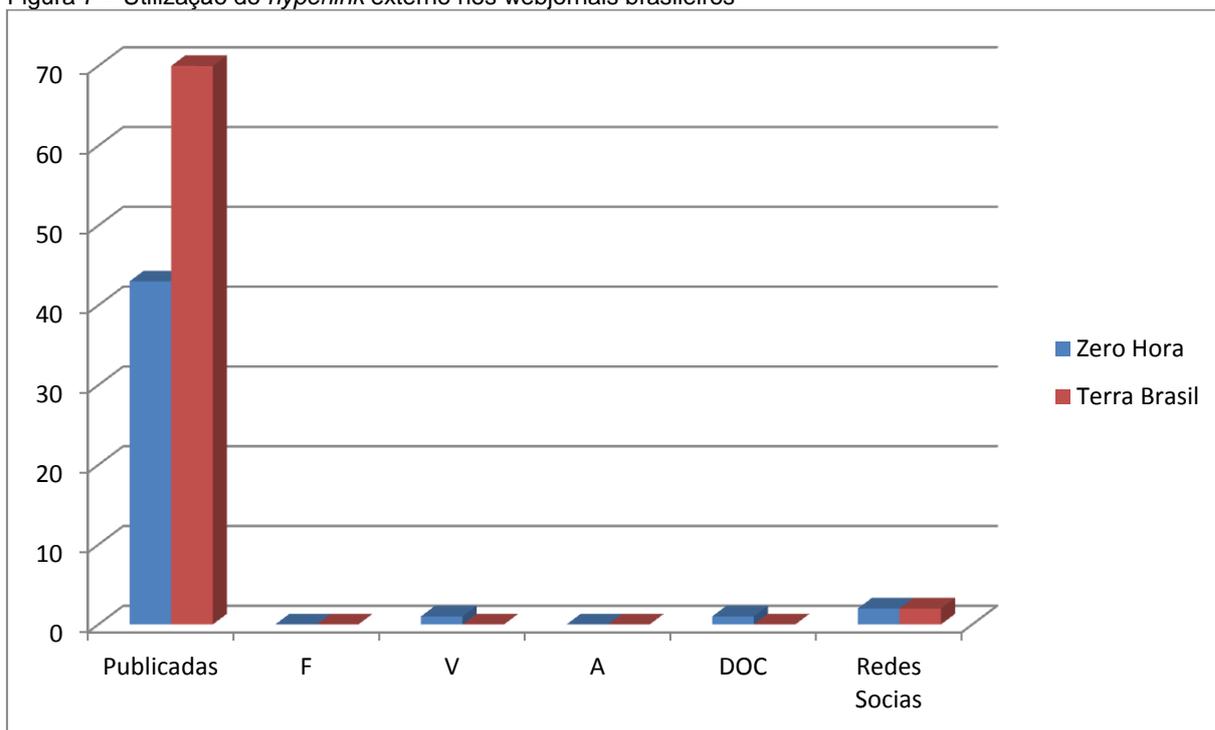
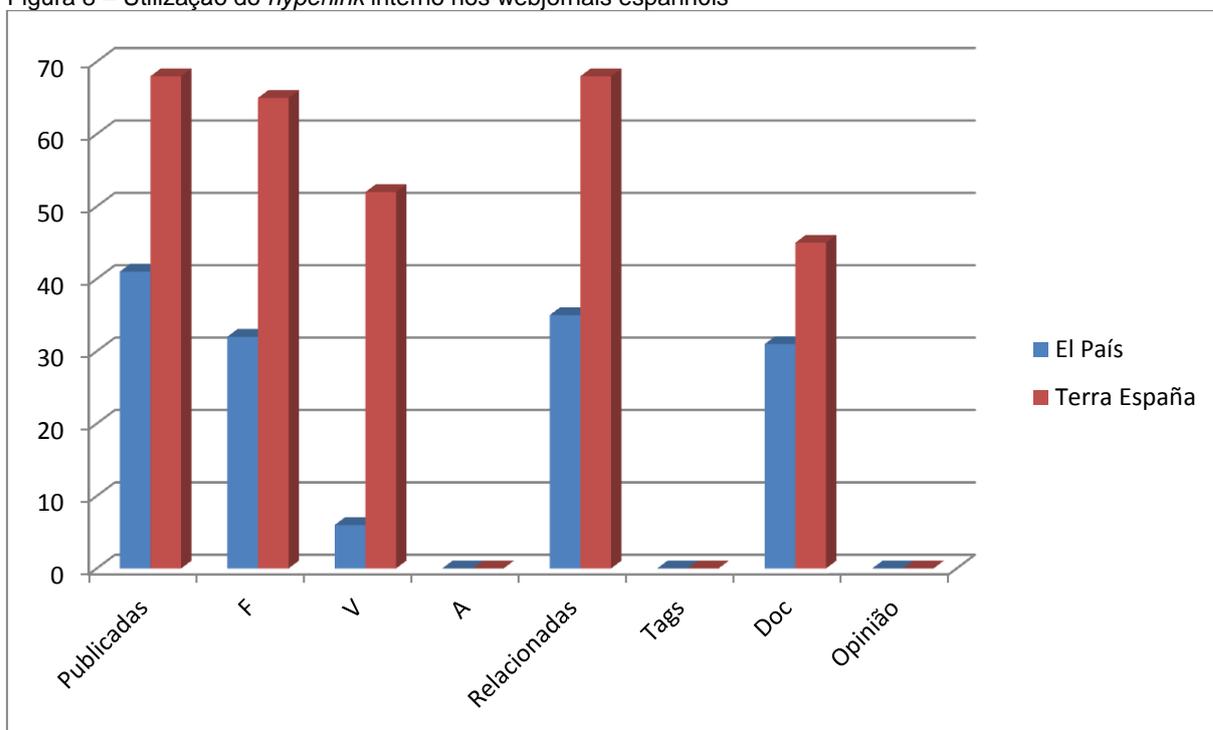


Figura 8 – Utilização do *hyperlink* interno nos webjornais espanhóis

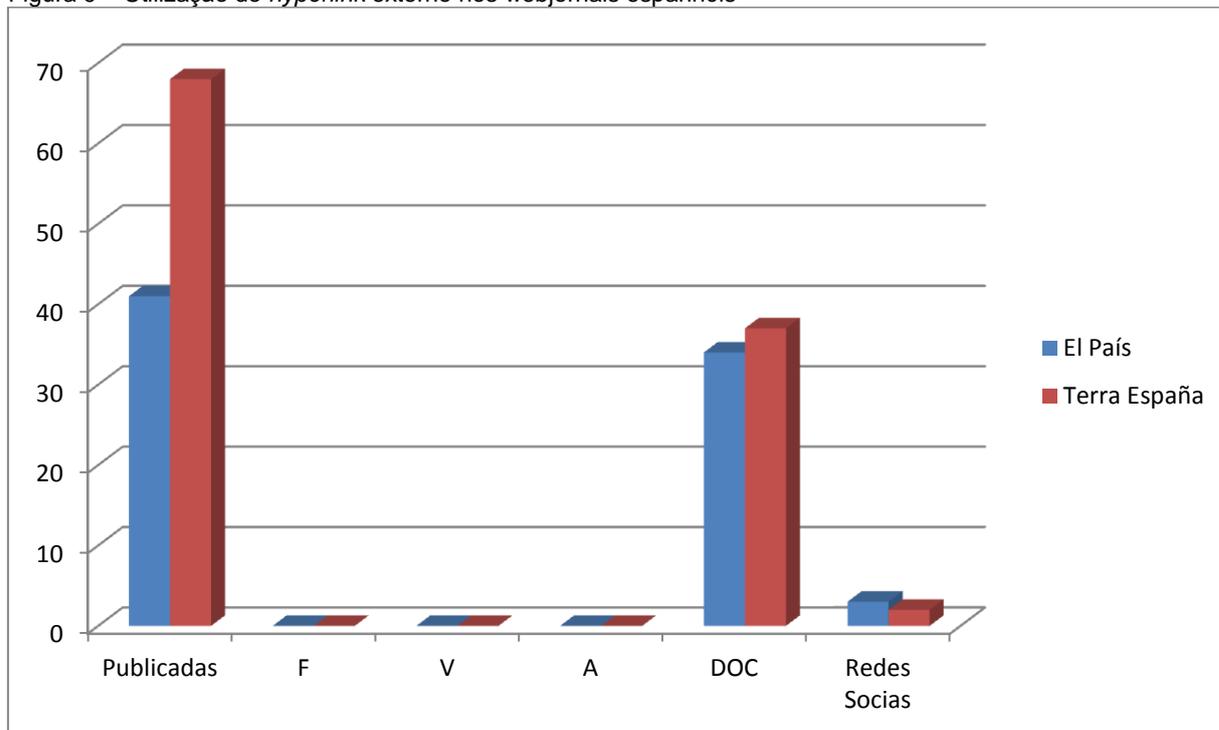


Nos webjornais espanhóis, a diferença entre as notícias publicadas de cada um mantém a proporção apresentada pelos brasileiros. Enquanto o *El País* conta com 41 matérias, o *Terra España* tem 68. Já na questão de conteúdo hipermídia, a

quantidade de fotos e vídeos é significativa (Figura 8). O *El País* apresenta 32 imagens e seis vídeos, no Terra espanhol os números são de 65 fotos e 52 vídeos. A semelhança se mantém nos demais itens analisados. Não existe a utilização de *tags* ou redirecionamento para textos de opinião na utilização dos vínculos internos.

A presença do recurso de “notícias relacionadas” é expressiva nos dois webjornais. Apenas seis matérias do *El País* não possuem esse tipo de *hyperlink*. No *Terra España*, ele aparece em todas as reportagens. No redirecionamento interno para documentos com o objetivo de contextualização ou na função de memória, também são constantes, aparecendo em mais da metade das notícias publicadas por eles. Do total de 109 matérias, em 76 existe alguma conexão dentro do texto que remete a outro conteúdo dos *sites*.

Figura 9 – Utilização do *hyperlink* externo nos webjornais espanhóis



O destaque fica para o número de *hyperlinks* externos (Figura 9). A quantidade de vínculos para conteúdos disponíveis fora dos webjornais é praticamente a mesma do que para documentos internos. Eles estão presentes em 71 matérias, um percentual de 65% do total de notícias publicadas. A ferramenta é utilizada principalmente para instituições, fontes e personagens citados no texto. É necessário destacar novamente o diferencial apresentado pelo *site El País*, que

disponibiliza ao leitor um rol de notícias relacionadas ao fato publicadas em outros webjornais espanhóis.

Exibidos os dados do levantamento, o próximo capítulo irá apresentar as conclusões do pesquisador, relacionando os resultados obtidos na análise com o conteúdo apresentado nos capítulos dois e três, objetivando verificar se as estruturas das notícias publicadas oferecem ao leitor a possibilidade de uma leitura hipertextual, considerando a utilização do *hyperlink* nas matérias.

5. CONCLUSÃO

Conforme exposto no presente trabalho, o objetivo dessa pesquisa é analisar a utilização do *hyperlink* no Webjornalismo e se essa aplicação permite ao usuário da *World Wide Web* uma verdadeira experiência de leitura hipertextual. O atual estado evolutivo em que se encontra o Webjornalismo não permite mais classificá-lo como em estado inicial ou experimental. Mesmo que a dinâmica faça com que a rede esteja em constante evolução, a prática jornalística se encontra solidificada dentro da *Web*, que se apresentou como um novo e desafiador meio de comunicação.

A avaliação se baseia nos principais conceitos da Teoria do Hipertexto, que o caracteriza como um texto não linear, aberto e que permite a construção da informação a partir do leitor, dando a ele autonomia para decidir a ordem de acesso ao conteúdo e a seleção do que será lido. Portanto, dentro da lógica hipertextual, sempre há de se oferecer a esse leitor a opção da escolha para aprofundamento de pesquisa, recuperação histórica, aferição ou contrapontos de um tema.

A *World Wide Web* surgiu embasada nessa lógica estrutural, com o objetivo de ser um ambiente de troca constante de informações e construção de conhecimento coletivo. Ela foi idealizada não para ser apenas uma agregadora de documentos digitais, mas com a ideia de se transformar em um hiperdocumento universal. Mesmo que não consiga ser uma rede libertária, tem por característica a democratização de seu conteúdo, ao qual qualquer pessoa que possua acesso à internet possa, ao mesmo tempo, ser receptor e produtor.

Essa construção narrativa, que encontrou na internet espaço para se desenvolver, tem como principal ferramenta inovadora o *hyperlink*. É através do vínculo eletrônico que é possível estabelecer as diversificadas relações entre os textos digitais. Assim, ao ingressar na *World Wide Web*, é preciso reconhecer a importância desses nexos de modo a disponibilizá-los de forma a permitir que a hipertextualidade seja garantida. Essa lógica deve ser aplicada a qualquer documento publicado na rede, pois a ausência de um *hyperlink* é contrária a principal característica de um hiperdocumento.

Webjornais são veículos que têm na informação sua matéria-prima, que transformada em notícia é o produto comercializado por ele. Assim, a *World Wide Web* se apresenta como um desafio para essas empresas no momento em que o que era um patrimônio exclusivo passa a ser um bem comum a todos. Soma-se à

situação o fato de o Jornalismo sempre estar calcado no controle da comunicação em um sistema no qual essas informações eram selecionadas e editadas para a distribuição. A notícia tinha tamanho e formato definido e cabia ao grande público o papel de receptor passivo dela.

Com a estrutura da *World Wide Web*, esse cenário mudou e o ato de informar deixou de ser apenas uma atividade exclusivamente jornalística. Mais do que um simples meio, a rede é um vasto terreno para a pesquisa e o aprofundamento, no qual o jornalismo tem por obrigação se adequar, mantendo seus interesses empresariais, mas oferecendo, ao mesmo tempo, o que o leitor espera. Essas são as primícias que subsidiam a avaliação dos resultados obtidos neste estudo. O interesse é compreender como essas empresas agem diante do novo quadro e se conseguem atender à demanda a elas imposta.

A partir dos resultados do levantamento, é perceptível a existência do *hyperlink* no conteúdo jornalístico. Em todas as 222 notícias analisadas, há a presença de conexões com outros conteúdos, o que permite afirmar que os vínculos eletrônicos compõem efetivamente o conteúdo no Webjornalismo. Por outro lado, a ausência completa de arquivos de áudio aponta para três circunstâncias: a rejeição por esse tipo de material pelas empresas por razões que necessitariam de um estudo mais aprofundado; a grande dependência das agências de notícias pelos webjornais, que não devem disponibilizar esse tipo de arquivo; e o fato de que grande parte das notícias produzida pelo webjornal é realizada por meio da coleta de informações na própria *World Wide Web*, resultando em escassez desse material.

Em relação a outros conteúdos hipermediáticos, eles estão inseridos na prática do Jornalismo Digital. Fotos e vídeos são frequentes nas notícias. A diferença está na utilização de vídeos pelos webjornais. Fica evidente que os veículos que têm uma ligação com o impresso demonstram mais resistência em publicá-los, optando pelo material fotográfico e mantendo, assim, uma relação muito próxima do formato que a notícia tem nas edições em papel. Já os *sites* nativos da *World Wide Web* exploram com frequência o recurso. Há claramente o interesse em disponibilizar ao leitor material multimidiático, mesmo que, para isso, seja necessária a repetição desse tipo de arquivo em diversas notícias.

Partindo para o objeto central de estudo, não se pode afirmar que a utilização do *hyperlink* nos webjornais avaliados possibilita uma experiência de leitura hipertextual conforme os conceitos de hipertexto dentro da *World Wide Web*. A

simples presença dos nexos, por si só, não garante a construção narrativa da linguagem. Apesar de não haver uma padronização entre os veículos, é possível verificar que, por parte dos webornais brasileiros, há uma recusa na conexão de seus textos com documentos externos.

Zero Hora e Terra Brasil promovem suas ligações apenas com documentos internos, mantendo um comportamento de auto-aferição. Todo o processo de recuperação e contextualização é realizado somente com material próprio. Porém, esse comportamento adotado pelas empresas não oferece uma verdadeira hiperleitura, pois o conteúdo que é produzido nos noticiários não permite um aprofundamento efetivo. Além disso, a ideia de comprovação através de provas, apresentação de diferentes versões, entre outras funcionalidades atribuídas ao *hyperlink*, não estão presentes nesse tipo de postura.

O interesse desses webjornais é de não possibilitar que o leitor abandone a navegação dentro dos *sites*. Entre os motivos para essa postura, está a forma de captação de recursos por meio de publicidade. Eles trabalham com um sistema de visualização de anúncios, em que cada acesso gera um valor que é somado ao total que o anunciante pagará pelo espaço. Portanto, quanto mais tempo o leitor ficar dentro do *site* e quanto mais ele navegar por entre as páginas internas, maior será o faturamento do veículo. Assim, esses webjornais, mesmo estando dentro de um ambiente de compartilhamento, recusam-se a participar do processo coletivo construtivo que se propõe na rede.

É necessário também ressaltar o posicionamento do Zero Hora, quanto à questão de formador de opinião. O veículo é o único que direciona para textos opinativos em seu conteúdo. Não há problema nesse tipo de conexão, sendo inclusive aconselhável no hipertexto; ocorre que a recomendação é de que sejam sempre disponibilizadas diferentes opiniões, permitindo ao leitor realizar uma análise para chegar a sua própria conclusão. A postura adotada pelo webjornal está relacionada não apenas ao fato de ter sua origem derivada de um veículo de outro meio, mas, principalmente, por fazer parte de um dos grandes grupos de comunicação do Brasil.

O Grupo RBS é o maior da região Sul e atua de forma diversificada na área jornalística, tendo muitos de seus produtos encabeçando listas de audiência. Essa situação de comunicador de massas com o domínio da informação foi transferida para o webjornal. Isso fica evidenciado não somente pela recusa em redirecionar o

leitor para fora dos seus domínios ou pelas conexões com material opinativo de seus colaboradores, que possuem discurso alinhado com a empresa, mas também no que se refere à questão da estrutura textual. Menos da metade das notícias do jornal apresentam algum tipo de *hyperlink* dentro do texto jornalístico. A maioria dos documentos não oferece ao leitor a possibilidade de qualquer tipo de construção, sendo necessária realizar a leitura de forma linear.

Nos webjornais espanhóis, ocorre uma situação diferente. O *hyperlink* interno é constante no processo de autorreferência como nos brasileiros. Entretanto, a criação de conexões para documentos externos também é frequente. Os veículos oferecem aos seus leitores nexos para construção da informação em boa parte das matérias, não apresentando nenhum tipo de receio ao seu uso. Os nexos são usados principalmente para apresentação de perfis de fontes, além de empresas e instituições citadas nas notícias. Os veículos não apresentam a postura brasileira de manter o leitor apenas dentro dos seus domínios.

O destaque maior fica para o *El País*, que disponibiliza ao seu leitor uma relação com notícias publicadas em outros *sites* espanhóis, num comportamento completamente oposto ao do Zero Hora. Mesmo possuindo a maior tiragem jornal impresso não esportiva do seu país, o veículo de Madrid não demonstra uma posição de domínio sobre o leitor como ocorre com o veículo brasileiro oriundo do impresso. Ao listar material de outras empresas, o *El País* oferece ao leitor diferentes versões de um mesmo acontecimento.

Apesar de parecer contrassenso agir assim, o veículo simplesmente antecipa uma etapa que é inevitável, pois, havendo o interesse do internauta, ele irá procurar mais fontes, estando elas disponíveis ou não pelos webjornais. O processo de navegação na *World Wide Web* consiste exatamente em um constante processo de coleta, e o *hyperlink* é apenas um facilitador. Por meio dele, poupa-se a busca do leitor, indica-se um caminho. Mas, se esse caminho não lhe é oferecido, ele pode criar sua própria rota, independentemente da existência ou não de conexões.

A diferença na utilização do *hyperlink* fica clara quando feita uma analogia entre os portais Terra. Mesmo pertencentes ao mesmo grupo, o Terra brasileiro aproxima-se muito mais do Zero Hora do que do *Terra España*, enquanto a versão espanhola encontra semelhanças com o *El País*. Assim, quando se vai além da simples análise visual de ambos e parte-se para um aprofundamento em seus conteúdos, evidencia-se que o posicionamento geográfico é determinante na

construção da informação através do estabelecimento de nexos, comprovando que a reserva ao uso dos vínculos externos está muito mais relacionada a uma questão cultural do que empresarial.

Portanto, o Webjornalismo brasileiro aparenta ainda estar enraizado em conceitos antigos de comunicação de massa, domínio de informação e controle de seu público, demonstrando um atraso em relação ao que está acontecendo na Espanha e, conseqüentemente, na Europa. O tratamento que é dado à *World Wide Web* como meio de comunicação é o mesmo que recebem as plataformas tradicionais. Nega-se a sua principal característica, que é a hipertextualidade **via *hyperlink*** para uma construção narrativa individual que parta dos interesses do leitor.

As razões para esse comportamento do Webjornalismo brasileiro precisam ser aprofundadas e ampliadas, buscando compreender o papel do leitor nesse contexto. A própria utilização do *hyperlink* no Jornalismo necessita de um maior acompanhamento com o objetivo de confirmação de que a postura apresentada pelos webjornais analisados durante a cobertura das eleições venezuelanas é um comportamento do Jornalismo Digital brasileiro, identificando os fatores que colaboram para uma conduta inversa a que se espera na *World Wide Web*.

A continuidade dos estudos sobre a linguagem hipertextual e o Webjornalismo é o objetivo do pesquisador, de forma a oferecer sua colaboração no desenvolvimento do processo jornalístico na *World Wide Web*. Portanto, os resultados obtidos neste trabalho são uma amostragem de um ambiente complexo e dinâmico, o que o torna um componente de análise de um cenário em crescimento e que merece atenção e dedicação para que, de forma efetiva, transforme-se em um espaço de troca, tendo o Webjornalismo um papel de protagonista dentro desse espaço.

REFERÊNCIAS

- AARSETH, Espen J. **No linealidad y teoría literaria** in. LANDOW, George P. (Comp.) *Teoría del hipertexto* Barcelona Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1997, 424 p.
- ARAÚJO, Júlio César; LOBO-SOUSA, Ana Cristina **Considerações sobre a intertextualidade no hipertexto**, 2009, disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ld/v9n3/07.pdf>, acessado em 16/04/2013
- BERNERS-LEE, **Tim Architectural and philosophical points**, 1998, disponível em <http://www.w3.org/DesignIssues/>, acessado em 12/04/2013
- BERNERS-LEE, **Tim Hypertext and Our Collective Destiny**, 1995, disponível em http://www.w3.org/Talks/9510_Bush/Talk.html, acessado em 12/04/2013
- BERNERS-LEE, **Tim Information Management: A Proposal**, 1989, disponível em <http://www.w3.org/History/1989/proposal.html>, acessado em 12/04/2013
- BUGAY, Edson Luiz; ULBRICHT, Vânia Ribas **Hipermídia** Florianópolis: Bookstore, 2000. 120 p.
- CASALEGNO, Federico **Hiperleitura, sociedades hipertextuais e ambientes comunicacionais** in. MARTINS, Francisco Menezes; DA SILVA, Juremir Machado (org.) *Para Navegar no Século XXI*. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 1999. 288p.
- CHARTIER, Roger **Os desafios da escrita** tradução de Fulvia M.L. Moretto. São Paulo: Editora UNESP, 2002. 144 p.
- FERRARI, Pollyana **Jornalismo Digital** São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção Comunicação). 120p.
- FERRAZ, Flávia Silvia Machado **Hipertexto digital e gêneros discursivos**, 2007, disponível em <http://gel.locaweb.com.br/estudoslinguisticos/edicoesanteriores/4publica-estudos-2007/sistema06/85.PDF>, acessado em 18/04/2013
- FRAGA, Dinorá; FLORES, Tânia **Hipertexto, que texto é esse?**, 2011, disponível em <http://www.cedae.iel.unicamp.br/revista/index.php/tla/article/viewFile/1982/1558>, acessado em 17/04/2013
- HARPOLD, Terence **Conclusiones** in. LANDOW, George P. (Comp.) *Teoría del hipertexto* Barcelona Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1997, 424 p.
- KOCH, Ingedore G. Villaça **Hipertexto e a construção do sentido**, 2009, disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/8668>, acessado em 06/04/2013
- KOLB, Daniel **Sócrates en el labirinto** in. LANDOW, George P. (Comp.) *Teoría del hipertexto* Barcelona Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1997, 424 p.

LANDOW, George P. **Hipertexto**: La convergência de La teoría crítica contemporânea y La tecnología. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1995, 284 p.

LANDOW, George P. **Qué puede hacer el crítico? La teoría crítica en la edad del hipertexto** in. LANDOW, George P. (Comp.) Teoría del hipertexto Barcelona Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1997, 424 p.

LÉVY, Pierre **A Revolução contemporânea em matéria de comunicação** in. MARTINS, Francisco Menezes; DA SILVA, Juremir Machado (org.) Para Navegar no Século XXI. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 1999. 288p.

LÉVY, Pierre **As tecnologias da inteligência** O futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. 208 p.

LIESTOL, Gunnar Wittgenstein, **Genette y la narrativa del lector en el hipertexto** in. LANDOW, George P. (Comp.) Teoría del hipertexto Barcelona Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1997, 424 p.

MACHADO, Elias, **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**, 2003, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.html>, acessado em 29/05/2013

MIELNICZUK, Luciana; PALACIOS, Marcos **Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web**: o link como elemento paratextual, 2001, disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_linkparatextual.pdf, acessado em 13/02/2013

MIELNICZUK, Luciana **O Link como Recurso da Narrativa Jornalística Hipertextual**, 2005, disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/160318299140382081603311405193211973269.pdf>, acessado em 22/04/2013

MIELNICZUK, Luciana **Webjornalismo de Terceira Geração**: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web, 2004, disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/33239839420892013900619660266793099419.pdf>

MIELNICZUK, Luciana **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**, 2003, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0560-1.pdf>, acessado em 19/04/2013

MOHERDAUI, Luciana **Guia de estilo web** Produção e edição de notícias on-line 2^o Ed. Ver. E ampl. – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002. 147p.

MORIN, Edgar **Da necessidade de um pensamento complexo** in. MARTINS, Francisco Menezes; DA SILVA, Juremir Machado (org.) Para Navegar no Século XXI. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 1999. 288p.

MOULTHROP, Stuart **Rizoma y resistencia** in. LANDOW, George P. (Comp.) Teoría del hipertexto Barcelona Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1997, 424 p.

NASCIMENTO, Milton do; PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e **Hipertexto e complexidade**, (2009) disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ld/v9n3/05.pdf>, acessado em 22/03/2013

NELSON, Theodor H. **A file structure for o Complex, the changing and the indeterminate**, 1965, disponível em http://manovich.net/vis242_winter_2006/New%20Media%20Reader%20all/11-nelson65-03.pdf, acessado em 05/04/2013

PALACIOS, Marcos **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória**, 2003, disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf, acessado em 12/04/2013

PERNISA Júnior, Carlos; ALVES Wedencley **Comunicação Digital: jornalismo, narrativas, estética**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010. 120p.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line** São Paulo:Sumus, 2003 (Coleção novas buscas em comunicação; v:71) 286 p.

RODRIGUES, Carla **Jornalismo On-Line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Edipuc-Rio: Editora Sulina, 2009. 216p.

SANTAELLA, Lucia **Navegar no ciberespaço** O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004. 191 p.

SILVA Júnior, José Afonso da Silva **Do Hipertexto ao algo mais: Usos e abusos do conceito de hipermídia pelo jornalismo on-line** in LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (org) **As Janelas do Ciberespaço** Porto Alegre: Sulina, 2001. 280p.

TRIVINHO, Eugênio **Cibercultura, iconocracia e hipertexto: Autolegitimação social na era da transpólitica e dos signos vazios**, 2007, disponível em <http://200.144.189.42/ojs/index.php/galaxia/article/viewArticle/1267>, acessado em 12/04/2013

TRIVINHO, Eugênio **Epistemologia em ruínas: a implosão da Teoria da Comunicação na experiência do ciberespaço** in. MARTINS, Francisco Menezes; DA SILVA, Juremir Machado (org.) **Para Navegar no Século XXI**. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 1999. 288p.

VENTURA, Mauro de Souza **Hipertexto e webjornalismo: implicações da textualidade digital no fazer jornalístico**, 2007, disponível <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0438-1.pdf>, acessado em 13/04/2013

VIANA, Eduardo de Carvalho **Para um manual de redação do jornalismo on-line**. Rio de Janeiro: FCS/UERJ,2001, 70 p.

XAVIER, Antonio Carlos **HIPERTEXTO E INTERTEXTUALIDADE**, 2011, disponível em <http://espea.iel.unicamp.br/revista/index.php/cel/article/view/1715>, acessado em 10/04/2013

APÊNDICE

Quadro 1 – Uso do *hyperlink* na cobertura das eleições venezuelanas pelo *site* Zero Hora (www.zerohora.com)

		Interno							Externo					
		F	V	A	Notícias relacionadas	Tag	Doc	Opinião	F	V	A	Doc	Redes sociais	
09/abr	Maduro promete aumento escalonado no salário mínimo	X				x								
10/abr	Candidato de oposição é preferido de venezuelanos que retornam ao país	X			X	x								
10/abr	Maduro já convida para posse					x								
10/abr	Missão da Unasul acompanha eleição na Venezuela	X			X	x								
11/abr	Cante e dance conforme a música de cada candidato				X	x	x							
11/abr	Eleitores de Capriles encerram campanha em clima de já ganhou	X			X	x				x				
11/abr	Ex-presidentes e parlamentares do continente pedem eleição limpa	X			X	x	x							
11/abr	Maduro tem 9,7 pontos de vantagem sobre Capriles, aponta pesquisa	X			X	x								
11/abr	Último dia de campanha eleitoral na Venezuela terá Maradona no palanque de Maduro	X				x								
11/abr	Vargas Llosa diz que apoio de Lula ao chavismo é escandaloso				X	x	x							
12/abr	Campanha eleitoral na Venezuela é focada na personalidade dos candidatos	X			X	x	x							
12/abr	Chávez é presença constante no último dia de campanha de Maduro	X			X	x								
12/abr	Maradona visita túmulo de Chávez e pede votos para Maduro	X				x								
12/abr	Oposição nega plano para desestabilizar Venezuela	X				x								
13/abr	Túmulo de Hugo Chávez vira atração às vésperas da eleição na Venezuela	X				x	x	X						
14/abr	Ainda mencionando Chávez, Maduro se diz confiante na vitória	X				x								
14/abr	Capriles alerta para possível fraude nas eleições	X				x	x	X						
14/abr	Capriles pede avalanche de votos	X				x								
14/abr	Comissão eleitoral da Venezuela espera votos do Exterior					x								
14/abr	Conta no Twitter de Nicolás Maduro é invadida	X				x	x						x	x
14/abr	Contagem de votos deve ser acirrada e tensa na Venezuela					x	x	X						
14/abr	Eleitores se queixam de um vazio no centro em que Chávez votava	X				x	x	X						
14/abr	Governo e oposição cantam vitória na Venezuela	X				x	x	X						
14/abr	Maduro apresentará na segunda-feira provas do intervencionismo americano					x								
14/abr	Maduro indica que vai esperar a apuração dos votos ao lado da tumba de Chávez	X				x		X						
14/abr	Pesquisa não oficial aponta vitória de Nicolás Maduro	X				x	x	X						
14/abr	Pleito que iniciou calmo terminou com denúncias de voto com seções fechadas	X				x	x	X						
14/abr	Relações com países do continente americano estão em jogo na eleição presidencial da Venezuela				X	x								
14/abr	Três horas depois do prazo previsto para término da votação, 15 seções seguem abertas	X				x	x	X						
14/abr	Venezuelanos no Brasil votam para escolher sucessor de Chávez					x								
14/abr	Votação começa calma na Venezuela	X				x	x	x						
14/abr	Votação é encerrada na Venezuela	X				x	x	x						
15/abr	Assessor econômico de Capriles Vamos pedir a revisão de todo o processo eleitoral					x								
15/abr	Capriles afirma que não reconhecerá o resultado das eleições					x								
15/abr	Capriles pede que Maduro não seja proclamado presidente eleito	X				x								
15/abr	Confirmada a vitória de Nicolás Maduro	X				x	x	x						
15/abr	Era pós-Chávez começa com líder enfraquecido					x								
15/abr	Jornalista afirma que governo brasileiro foi informado que Maduro venceu eleições					x								x
15/abr	Maduro pedirá auditoria de votos ao Conselho Nacional Eleitoral	X				x								
15/abr	Maduro será proclamado hoje presidente eleito	X			X	x								
15/abr	Menos de 300 mil votos marcaram a eleição de Nicolás Maduro	X			X	x	x	x						
15/abr	Nicolás Maduro Temos um triunfo eleitoral justo, legal, constitucional e popular	x				x	x	x						
15/abr	Raúl Castro parabeniza Maduro pela vitória				x	x								

Quadro 2 – Uso do *hyperlink* na cobertura das eleições venezuelanas pelo *site* Terra Brasil (www.terra.com.br)

Data	Matéria	Interno							Externo					
		F	V	Á	Notícias relacionadas	Tags	Doc	Opinião	F	V	Á	Doc	Redes sociais	
09/abr	Chanceler venezuelano aposta em "respeito" por resultado das eleições	X				x		X						
09/abr	Eleições na Venezuela entenda o processo que definirá a era pós-Chávez	X	X			x		X						
10/abr	Henrique Capriles opositor quer se firmar à espera de derrota do chavismo	X	X			x		X						
10/abr	Luta contra o crime e batalha política se misturam em Caracas					x								
10/abr	Nicolás Maduro herdeiro político de Chávez promete continuar a revolução	X	X			x		X						
10/abr	Unasul enviará missão para acompanhar eleições na Venezuela					x		X						
11/abr	Capriles e Maduro encerram campanha para presidência da Venezuela	X				x		X						
11/abr	Confusão após comício de Capriles deixa 9 feridos na Venezuela	X				x		X						
11/abr	Maduro e Capriles entram na reta final da campanha na Venezuela	X				x		X						
11/abr	Venezuela Maduro tem 9,7 pontos de vantagem sobre Capriles	X				x		X						
12/abr	Conselho Eleitoral da Venezuela descarta denúncia de Capriles	X				x		X						
12/abr	Em artigo no 'Guardian', Maduro promete continuar revolução de Chávez	X				x		X						x
12/abr	Oposição nega plano para desestabilizar a Venezuela antes de eleição	X				x		X						
12/abr	Unasul garante lisura do sistema eleitoral da Venezuela	X				x		X						
13/abr	Capriles lamenta tentativa de inquietação antes das eleições	X	X			x		X						
13/abr	EUA venezuelanos de Miami fazem peregrinação para votar	X				x		X						
13/abr	Maduro caso tenha que ser oposição, farei uma oposição de amor	X				x		X						
13/abr	Maduro denuncia 'guerra suja' da oposição na eleição venezuelana	X				x		X						
13/abr	DEA envia representantes para acompanhar eleições venezuelanas	X				x		X						
13/abr	Oposição e chavismo medem forças com um pé no passado e outro no futuro	X				x		X						
13/abr	Venezuela pesquisa aponta queda de vantagem de Maduro sobre Capriles	X				x		X						
13/abr	Venezuela escolhe neste domingo sucessor de Chávez	X				x		X						
14/abr	Ao votar, Maduro fala em participação recorde nas eleições	X				x								
14/abr	Após votar, Capriles convoca 'avalanche' de eleitores nas urnas	X				x		X						
14/abr	Autoridades venezuelanas detêm 43 pessoas por delitos eleitorais	X				x		X						
14/abr	Candidatos discordam sobre participação de eleitores na Venezuela	X				x		X						
14/abr	Capriles insinua fraude pretendem mudar a vontade do povo	X				x		X						
14/abr	Chavista convoca povo para defender nas ruas e em paz a democracia	X	X			x		X						
14/abr	Eleitores reclamam de vazio em colégio em que Chávez votava	X	X			x		X						
14/abr	Filhas e genro de Chávez votam em colégio em Caracas	X	X			x		X						
14/abr	Maduro 'Não haverá pacto com a burguesia' na Venezuela	X	X			x		X						
14/abr	Maduro aparece 14 vezes em cédula eleitoral na Venezuela	X	X			x		X						
14/abr	Maduro diz que apresentará na 2ª provas do 'intervencionismo' dos EUA	X	X			x		X						
14/abr	Participação de eleitores já chegou a 42%, diz equipe chavista	X	X			x		X						
14/abr	Seções eleitorais com filas permanecem abertas na Venezuela	X				x		X						
14/abr	Segurança é reforçada na Venezuela para garantir tranquilidade	X	X			x		X						
14/abr	Senador da Espanha vota em Capriles e menciona possível manipulação	X	X			x		X						
14/abr	Unasul destaca maturidade cívica de eleitores venezuelanos	X	X			x		X						
14/abr	Venezuela começa eleição de sucessor de Hugo Chávez	X	X			x		X						
14/abr	Venezuela conta de Maduro no Twitter é invadida por hacker	X				x		X						
14/abr	Venezuela eleições têm participação menor que pleito de outubro	X	X			x		X						
14/abr	Venezuela governo derruba internet para evitar ação de hackers	X				x		X						
14/abr	Venezuelanos no Brasil votam para escolher sucessor de Chávez	X	X			x		X						

Quadro 3 – Uso do *hyperlink* na cobertura das eleições venezuelanas pelo site El País (www.elpais.com)

Data	Matéria	Interno							Externo					
		Incorporação			Noticias relacionadas	Tags	Doc	Opinião	Incorporação				Redes sociais	
		F	V	A					F	V	Á	Doc		
09/abr	Capriles cambia de estrategia y pasa al ataque	x			X		X						X	
10/abr	Esperamos que Capriles esté a la altura y no reconozca el resultado si hay fraude	x			X								X	
10/abr	Centenas de líderes latinoamericanos exigen elecciones limpias en Venezuela	x			X		X						X	
10/abr	Magnicidio en tiempo de elecciones	x			X		X						X	
11/abr	El melodrama está en la calle	x			X		X						X	
11/abr	Hay que dar a los inmigrantes una vía a la ciudadanía, como tuvimos los cubanos	x			X		X						X	
11/abr	Ninguno sembrará el petróleo				X								X	
11/abr	Venezuela moviliza al Ejército		X		X		X						X	
11/abr	Capriles "El pueblo venezolano no está en el camino de Cuba"		X											
12/abr	El fantasma de Chávez preside el final de la campaña electoral venezolana	x	X		X		X						X	
12/abr	La Biblia de Hugo Chávez	x					X							
12/abr	La decisión de un país enfrentado	x			X		X						X	
13/abr	Brasil también vota en Venezuela	X			X								X	
13/abr	EE UU opta por mantenerse al margen de la campaña venezolana	x			X		X						X	
13/abr	El chavismo busca una gran movilización para lograr un triunfo holgado	x			X		X						X	
13/abr	El reto de una economía a la deriva	x			X		X						X	
13/abr	La campaña venezolana Fotogalería	x												
13/abr	La comunidad internacional pone los ojos en los comicios venezolanos	x			X		X						X	
13/abr	Lo que Maduro nunca podrá imitar	x			X		X							
13/abr	Venezuela aspira a la normalidad	x			X		X						X	
13/abr	Venezuela decide este domingo si existe el chavismo sin Chávez	x			X		X						X	
14/abr	Capriles "El derrotado es el Gobierno. Ellos son los derrotados"	x			X		X						x	x
14/abr	El nuevo presidente deberá equilibrar el poder de los militares	x			X		X						X	x
14/abr	La jornada electoral, en imágenes Fotogalería	x												
14/abr	Maduro se atribuye la victoria y Capriles no reconoce los resultados		X		X		X						X	
14/abr	Maradona visita los restos de Chávez y pide el voto para Maduro	x			X		X						X	
14/abr	Venezuela vota un futuro sin Chávez	x			X		X						X	
15/abr	¿Habría ganado Maduro en una democracia plena				X								x	
15/abr	Capriles pide que se suspenda la proclamación de Maduro		X		X		X						X	
15/abr	Desconfianza y apoyo de los Gobiernos extranjeros ante la victoria de Maduro				X		X						x	
15/abr	El voto por estados	x												
15/abr	Henrique Capriles, el hombre que sabe esperar	x			X		X						X	
15/abr	La Casa Blanca respalda el recuento de votos en Venezuela	x			X		X						x	
15/abr	Los partidarios de ambos candidatos confían en la victoria	x			X		X						x	
15/abr	Maduro se atribuye la victoria y Capriles rechaza los resultados		x		X		X						X	
15/abr	Nicolás Maduro "Hugo Chávez sigue bendiciendo a su pueblo"	x			X		X						X	
15/abr	Resultados electorales en Venezuela	x												
15/abr	Venezuela casi el peor resultado				X		X						X	
15/abr	Venezuela corta Internet en todo el país por un ataque informático contra Maduro	x			X								X	x
15/abr	Venezuela entra en un limbo político	x			X		X						X	
15/abr	Venezuela llama a consultas a su embajador en Madrid	x			x		X						x	

Quadro 4 – Uso do *hyperlink* na cobertura das eleições venezuelanas pelo *site* Terra España (www.terra.es)

Data	Matéria	Interno							Externo					
		Incorporação			Noticias relacionadas	Tags	Doc	Opinião	Incorporação			Doc	Redes sociales	
		F	V	Á					F	V	Á			
09/abr	Atacan a opositores en plaza de Caracas	X			x									
09/abr	Cierran frontera con Colombia a pocos días de comicios	X			x									x
09/abr	Elecciones en Venezuela 'Hay intimidación', según analista	X	X		x									
09/abr	Maduro anuncia que aumentará salario mínimo hasta en un 45%	X	X		x									
09/abr	Maduro menciona a Chávez más de 6.600 veces en un mês	X	X		x			x						x
09/abr	Maduro y Capriles se comprometen a respetar resultado de elecciones venezolanas	X	X		x			x						x
09/abr	Venezolanos deciden también futuro económico en elecciones	X			x			x						x
10/abr	Capriles o Maduro, la encrucijada de Venezuela	X	X		x			x						x
10/abr	Ex candidato presidencial de oposición venezolana pide diálogo y rectificación	X	X		x			x						x
10/abr	Futuro económico de Venezuela socialismo vs capitalismo	X	X		x			x						x
10/abr	Maduro aparece con un sombrero de paja con un pajarito en un acto de campaña	X			x			x						
10/abr	Maduro y Capriles La guerra de las encuestas	X	X		x			x						x
10/abr	Maduro y Capriles se comprometen a respetar resultado de elecciones venezolanas	X	X		x			x						x
10/abr	Venezuela Maduro invita desde ya a su toma de posesión el 19 de abril	X			x			x						x
10/abr	Venezuela: Nicolás Maduro aparece 14 veces en voto	X			x									
10/abr	Venezuela: Maradona asiste a cierre de campaña de Maduro	X	X		x			x						x
10/abr	Ricardo Montaner participa en acto de Capriles Radonski	X	X		x			x						
11/abr	Al menos nueve heridos en altercados en el cierre de campaña en Venezuela	X			x									x
11/abr	El chavismo nace post Chávez como concepción, dice analista	X	X		x			x						x
11/abr	Maduro dejará de silbar como un pajarito por consejo de sus asesores	X	X		x			x						
11/abr	Venezuela Nicolás Maduro aparece 14 veces en voto	X	X		x			x						x
11/abr	Capriles afirma que el lunes habrá una nueva Venezuela en cierre de campaña	X	X		x			x						x
11/abr	En Venezuela el que gana, gana y el que pierde, pierde, dice ente electoral	X	X		x			x						x
11/abr	Estudiantes coinciden "Chávez dejó otra Venezuela"	X	X		x			x						x
11/abr	Maduro informa captura paramilitares colombianos que venían a asesinar	X	X		x			x						x
12/abr	Venezolanos en Miami viajan hasta Nueva Orleans para votar	X	X		x			x						
12/abr	Elecciones en Venezuela Ganador enfrentará retos económicos	X	X		x			x						x
12/abr	Maradona visita la tumba de Chávez y pide votar por Maduro	X			x									
12/abr	Venezuela y EE.UU.: ¿retornarán relaciones bilaterales	X	X		x			x						x
13/abr	El clima electoral en su hora cero en Venezuela	X	X		x									
13/abr	Las elecciones en Venezuela en números	X	X		x									
13/abr	Nuevo presidente tendrá chequera limitada en Venezuela	X	X		x									
13/abr	Venezolanos en EE.UU. pisan 'el acelerador' para ir a votar	X	X		x			x						x
13/abr	Maduro: si me toca ir de oposición, "será de amor"	X	X		x			x						x
13/abr	Capriles, el segundo intento del discurso alejado de los extremos	X	X		x			x						x
13/abr	Maduro 14 veces en la boleta: ¿punto a favor o en contra	X	X		x									
13/abr	Nicolás Maduro, un chavista incondicional con mano para negociar	X	X		x			x						x
14/abr	¿Quién es Henrique Capriles	X	X		x			x						x
14/abr	¿Quién es Nicolás Maduro	X	X		x			x						x
14/abr	5 claves para entender las elecciones en Venezuela	X	X		x			x						x
14/abr	Capriles quiere que Venezuela tenga una verdadera democracia	X	X		x			x						
14/abr	Elecciones en Venezuela Abren los colegios en todo el país	X	X		x			x						x
14/abr	Henrique Capriles ejerce su derecho al voto	X	X		x			x						
14/abr	Maduro y Capriles alientan a votantes por Twitter	X	X		x			x						x
14/abr	Nicolás Maduro dice que si pierde hará oposición de amor	X	X		x			x						
14/abr	Nicolás Maduro vota en las elecciones de Venezuela	X			x			x						x
14/abr	Se vive ambiente distinto al de octubre, según votante	X	X		x									x
14/abr	Venezuela Calculan menos votantes que en octubre	X	X		x									x
14/abr	43 personas están detenidas por delitos electorales	X	X		x									x
14/abr	Capriles en Twitter Se pretende cambiar voluntad del pueblo	X	X		x			x						x
14/abr	CNE anuncia cierre de centros e inicia transmisión de datos	X	X		x									
14/abr	Cuenta de Twitter de Nicolás Maduro es hackeada	X			x									
14/abr	El 95% de las boletas ya se contaron en Venezuela, según CNN	X	X		x			x						
14/abr	Investigan a 18 personas por incurrir en delitos electorales	X	X		x									x
14/abr	Oficialistas llaman a defender votos en la calle y en paz	X	X		x			x						x
14/abr	Operación Avalancha, el recurso de la oposición para ganar	X			x			x						
14/abr	Venezolanos en EE.UU. votaron en orden	X	X		x			x						x
14/abr	Venezuela Comienzan a cerrar centros de votación	X	X		x			x						
14/abr	Venezuela Gobierno tumba el internet para evitar hackeos	X	X		x									x
14/abr	Venezuela Twitter de Maduro, atacado por hackers	X			x									
14/abr	Nicolás Maduro gana elecciones de Venezuela	X	X		x									x
15/abr	El canciller de Venezuela lamenta el apoyo de la OEA a un recuento de votos				x									
15/abr	CNE proclama a Maduro ganador de las elecciones en Venezuela	X			x									
15/abr	Nicolás Maduro, el presidente que debe aclarar sus ideas	X			x									
15/abr	Venezuela: ¿Capriles perdió o ganó?	X	X		x			x						
15/abr	Henrique Capriles 'El derrotado es Maduro'	X			x			x						
15/abr	Maduro proclama triunfo electoral justo y legal tras ser electo presidente de Venezuela				x									
15/abr	Opositores venezolanos tienen esperanza en revisión del voto	X	x		x			x						