

Diógenes D'Arce Cardoso de Luna

**Entre Links e Lexias  
da Hipermídia**  
**Um estudo sobre a narrativa  
do jornalismo na web**

Universidade Federal da Paraíba  
João Pessoa – PB, 2007



# Índice

<b>Introdução</b>	<b>11</b>
<b>1 Os <i>topoi</i> da narrativa webjornalística</b>	<b>15</b>
1.1 O jornalismo na Internet . . . . .	16
1.2 Webjornalismo de terceira geração . . . . .	18
1.3 Características do webjornalismo brasileiro . . . . .	22
1.3.1 Hipertextualidade . . . . .	22
1.3.2 Multimídia/Convergência . . . . .	24
1.3.3 Interatividade . . . . .	26
1.3.4 Memória . . . . .	26
1.3.5 Atualização contínua . . . . .	28
1.3.6 Personalização . . . . .	29
<b>2 O hipertexto: base tecnológica da narrativa webjornalística</b>	<b>33</b>
2.1 Definição de hipertexto . . . . .	36
2.2 Relações entre princípios do hipertexto e características do webjornalismo . . . . .	40
2.3 Hipertexto + Multimídia = Hiperídia? . . . . .	44
<b>3 <i>Links</i> e <i>lexias</i> na narrativa webjornalística</b>	<b>51</b>
3.1 O <i>link</i> como inovação na notícia em hiperídia . . . . .	53
3.2 Tipologia de <i>links</i> no webjornalismo . . . . .	56

<b>4</b>	<b>Narrativa webjornalística: considerações sobre pirâmide deitada e infografia</b>	<b>63</b>
4.1	A pirâmide invertida no webjornalismo . . . . .	65
4.2	A pirâmide deitada . . . . .	70
4.3	O modelo narrativo da infografia multimídia . . . .	74
	<b>Considerações finais</b>	<b>77</b>
	<b>Referências bibliográficas</b>	<b>81</b>

*Monografia apresentada como requisito para a obtenção do  
título de Bacharel em Comunicação Social.*

*Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Nadja Carvalho*

*Aos meus pais, Maria Soares e Douglas, à minha tia, Maria  
Auxiliadora, tia Tana (in memoriam), torcedores eternos por  
minhas vitórias.*

*Aos professores do Departamento de Comunicação Social da  
UFPB, links para o saber.*

*Aos amigos.*

## **Agradecimentos**

Ao movimento natural das energias universais, à força motriz.

A minha família, em especial aos meus pais, e a minha tia Tana (in memoriam).

À Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Nadja Carvalho, por ter acreditado em mim desde o primeiro momento, por ter me orientado e me guiado nesses últimos passos na graduação.

Ao Prof. Dr. Cláudio Cardoso Paiva, por me instigar o gosto pela pesquisa, pelo apoio constante e pelas orientações durante minha jornada no Decom.

À Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Suelly Maux, pela disponibilidade e ajuda preciosa e fundamental às vésperas da defesa deste trabalho.

Ao Prof. Dr. Wellington Pereira, pelas magníficas e utilíssimas lições sobre reportagem e teoria do jornalismo nos primeiros momentos do curso, e pelo incentivo à pesquisa científica.

A todos os professores do Decom de que contribuíram na minha formação acadêmica, direta ou indiretamente.

Aos amigos, especialmente Érika Targino e Luis Gonzaga Baiaão, pelo incentivo, solidariedade, apoio e intercâmbio de idéias.

*Ao invés de tomar a palavra, gostaria de ser envolvido por ela e levado bem além de todo começo possível. Gostaria de perceber que no momento de falar uma voz sem nome me precedia há muito tempo: bastaria, então, que eu encadeasse, prosseguisse a frase, me alongasse, sem ser percebido, em seus interstícios, como se ela me houvesse dado um sinal, mantendo-se, por um instante, suspensa. Não haveria, portanto, começo.*

(Michel Foucault)

## Resumo

As diversas possibilidades para a composição de narrativas para a web devem balizar debates acerca de um modelo narrativo próprio ao webjornalismo. A hipermídia é o suporte para uma nova tecnologia textual, preponderantemente interativa, e que consegue convergir para si as demais tecnologias midiáticas em uso. A multimídia, a hipertextualidade, o uso de memória, a personalização e a interatividade (PALÁCIOS, 2002) sobressaltam-se como características fundamentais para a construção de narrativas webjornalísticas. Considera-se, ainda, que a hipertextualidade, a interatividade e a multimídia são elementos que, embora distintos, tomam parte de um corpo único que é a narrativa webjornalística. Como em um grande sistema, todas essas características atuam conjuntamente para a construção perfeita da notícia. Alguns recursos narrativos serão levados em consideração para fins deste estudo, como a pirâmide deitada (CANAVILHAS, 2006), o uso do *link* (MIELNICZUK, 2005; LEÃO, 2005) e a infografia multimídia (RIBAS, 2004a) para que se possa pensar nas possibilidades que as características do webjornalismo proporcionam à construção da narrativa do jornalismo na web.

**Palavras-chave:** hipertexto; multimídia; narrativa; webjornalismo.

## Abstract

Diverse possibilities for composing web narratives must give the basis for debates about a proper model of webjournalism. Hipertexto is a support for a new textual technology, mostly interactive, and that converges in itself other media technologies in use. Multimedia, hypertext, use of memory, personalization and interactivity (PALÁCIOS, 2002) emerge as fundamental characteristics for the building of webjournalism narratives. We consider that hipertextuality, interactivity and multimedia are elements that, even different, make part of an only body that the webjournalistic narrative is. As in a great system, all these characteristics act together for building a perfect new. Some narrative resources must be considered as objectives of this study, as the lie-down pyramid (CANAVILHAS, 2006), the use of links (MIELNICZUK, 2005; LEÃO, 2005) and the multimedia infographs (RIBAS, 2004a) so that we can think of the possibilities that the webjournalism characteristics provide to the building of a narrative for the journalism in the web.

**Key-words:** hipertext; multimedia; narrative; webjournalism.

# Introdução

As práticas no jornalismo feito na web modificam-se e adaptam-se às novas possibilidades de narrativa da notícia, proporcionados pelo desenvolvimento tecnológico trazido, principalmente, pelos softwares de publicação, pelo uso cada vez mais freqüente de programação de sistemas computacionais e de bancos de dados. Adequam-se, desta maneira, ao momento atual do jornalismo na web, qual seja, o Webjornalismo de Terceira Geração (MIELNICZUK, 2004).

Neste momento do jornalismo digital, a tendência é de utilizar efetivamente as características do webjornalismo definidas por PALÁCIOS (2002), que são a hipertextualidade, a meultimidia- lidade, a personalização, a memória, a atualização contínua e a interatividade. Todavia, alguns problemas referentes mesmo a investimentos em novas tecnologias, velocidade de transmissão de dados na rede e democratização do acesso à Internet ainda com- põem obstáculos ao uso de todas essas potencialidades oferecidas pela web na construção da narrativa jornalística.

Nota-se, também, que as diferentes possibilidades de estru- turação da narrativa webjornalística configuram um momento de ruptura em relação ao modelo instituído de técnica redacional da notícia. A tradição secular de uso da Pirâmide Invertida na or- ganização da informação de acordo com o grau de importância atribuída a ela pelo jornalista já não faz mais tanto sentido num meio onde a narrativa é multiseqüencial devido ao uso do hiper- texto. Não há mais a hierarquia trazida pela estruturação vertical da notícia, na qual os fatos são narrados do mais importante para

o menos importante. Até porque, em seus processos interativos de navegação pela notícia na web, o leitor estabelece caminhos que ele mesmo decide querer seguir, caminhos abertos de acordo com os *links* que ele deseja clicar.

Todas essas possibilidades podem ser experienciadas em alguns modelos de narrativa para a webnotícia. Fala-se em pirâmide deitada (CANAVILHAS, 2006), na qual as notícias estarão estruturadas de acordo com a quantidade de informação disponível a ser oferecida ao leitor, em níveis de complexidade da informação. Sendo assim, parte-se de um nível básico, com informações mais objetivas e curtas, para níveis de especialização cada vez maiores.

Também o modelo narrativo proporcionado pela Inforgrafia Multimídia (RIBAS, 2004a) mostra-se como apropriado à estética dos produtos jornalísticos criados especificamente para a web. Ela apresenta uma estrutura multilinear que agrega diferentes formatos, constituindo uma unidade informativa naturalmente interativa. Considera-se haver um modelo composto de formatação do discurso na web, que possui elementos fragmentados expressados em diversos códigos, formando uma unidade narrativa potencializada pela característica multimídia.

Muitos jornais *online* agregam em si o repertório dos modelos de jornalismo impresso. Na Paraíba, a maioria dos sites e portais jornalísticos apresenta-se como transposições da mídia escrita para um novo meio. Mesmo os que têm sua gênese na web, e não em jornais escritos, radiofônicos ou televisivos, como o portal WSCom e o Paraíba.com<sup>1</sup>, disponibilizam a notícia como se para um veículo tradicional. Todavia, o jornalismo na web é muito mais do que essa transposição. Ele é dotado das potencialidades

---

<sup>1</sup> O portal WSCom ([www.wscom.com.br](http://www.wscom.com.br)) e o Paraíba.com são portais de notícias produzidos e editados em João Pessoa (PB). Apesar de reunirem algumas características do webjornalismo, como a interatividade, a atualização contínua, a hipertextualidade e a memória, não há a preocupação com um tratamento específico da notícia para a web, de uma webnotícia. O mesmo ocorre com o Paraíba.com ([www.paraiba.com.br](http://www.paraiba.com.br)).

que a Internet oferece. Trata-se de um produto novo: a webnotícia (CANAVILHAS, 2001).

As narrativas não seguem mais a seqüência linear. *Links* costuram os hipertextos digitais disponibilizados na Internet tornando-os entidades virtuais infinitas, em contínuo crescimento, modificação e atualização. As interações, ou melhor, a interatividade característica do webjornalismo (PALACIOS, 2002) permite que o leitor comunique-se com aquele que disponibilizou determinado hipertexto, podendo modificá-lo, expressar suas opiniões, ir ali e acolá na grande teia de nós e *links* que o permeiam.

Qual seria a retórica do webjornalismo? Em que modelo narrativo se espelhar para escrever um hipertexto noticioso? Existe um modelo estanque para tanto ou características que devem estar presentes e ser pensadas desde a gênese de criação do produto jornalístico para a web? Serão as respostas a estas as perguntas norteadoras desta pesquisa.

Para que se possam obter tais respostas, este trabalho foi dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo propõe encontrar o lugar comum de onde espelha-se a narrativa webjornalística para sua afirmação no ciberespaço como entidade autônoma. Sendo assim, faz-se um levantamento histórico do jornalismo na web, levando-se em consideração os estágios pelo qual ele passou desde o seu surgimento até a fase atual do Webjornalismo de Terceira Geração. Também abordamos as características do webjornalismo propostas por PALÁCIOS (2002).

O segundo capítulo aborda questões relativas ao hipertexto. O *Memex* de Vannevar Bush (1945), foi a primeira proposta de uso efetivo de hipertexto em mídia eletrônica, se bem que o termo “hipertexto” foi cunhado por Theodor Nelson, em 1963, quando criou o primeiro software com *links* da história, o Xanadu. Neste capítulo discorreremos sobre o conceito de hipertexto, seus princípios, e relações destes com as características do webjornalismo. Por fim, tecem-se considerações acerca da hipermídia, nova tecnologia proporcionada pela união, em um primeiro entendimento, entre hipertexto e multimídia.

O terceiro capítulo preocupa-se com a forma narrativa própria ao webjornalismo ao pensar na análise dos *links*. Escrever com *links* é uma das maiores novidades trazidas pela narrativa em hipermídia, e uma ruptura em relação ao modelo rígido e hierárquico do jornalismo impresso. A justificativa de ser o *link* o elemento inovador do hipertexto encontra-se, de acordo com Mielnickuz (2004), em duas características inerentes a ele: a multimedialidade e a intertextualidade. Propõe-se, ainda, analisar a tipologia de *links* proposta por esta autora para a narrativa no webjornalismo.

O último capítulo especializa-se em analisar duas propostas narrativas para o webjornalismo: a pirâmide deitada e a infografia multimídia. Para tanto, conjectura-se acerca da eficácia do uso do modelo narrativo da pirâmide invertida em publicações jornalísticas direcionadas para a web.

Desta forma, pretende-se incitar o debate e a reflexão acerca de modelos específicos para as narrativas no webjornalismo, ao destacar suas principais características e identificar elementos próprios de uma retórica do jornalismo na web.

# Capítulo 1

## Os *topói* da narrativa webjornalística

*Que isto fique claro: a sucessão da oralidade, da escrita e da informática como modos fundamentais de gestão social do conhecimento não se dá por simples substituição, mas antes por complexificação e deslocamento de centro de gravidade.*

Pierre Lévy

Pensar a construção da narrativa webjornalística faz-se mediante atenção aos recursos tecnológicos que a Internet oferece. A hipermídia, base tecnológica dessa narrativa, fragmenta-se em várias mídias, em vários *links*, e em vários blocos de informação. Ao mesmo tempo que se fragmenta, a narrativa em hipertexto reestrutura-se para compor a mensagem inteligível ao seu leitor. Esse trabalho de ir e vir, de estar na parte e no todo, esse devir ciberespacial entranha-se na narrativa em hipermídia. Acompanha sua gênese e seu desdobramento em diversos níveis, possíveis graças ao formato do hipertexto. Nesse sentido, deve-se atentar para o poder persuasivo dado pela retórica midiática à mensagem, à sua aceitação como verdade imediata, “a sua capacidade de nos convencer de que o que ela representa realmente ocorreu” (SILVERSTONE, 2002).

Para que se possa entender o atual estágio do webjornalismo e, mais especificamente, da narrativa que o compõe, faz-se mister observar os *topoi* (SILVERSTONE, 2002), que são os lugares-comuns de onde nasce a retórica.

Desde o seu surgimento no início dos anos 90, o jornalismo na Internet passou por três etapas até chegar ao que se hoje conveniou chamar de webjornalismo de terceira geração (MIELNICZUK, 2003). Nessas etapas de evolução, conseguimos encontrar os *topoi* da narrativa webjornalística, sendo de suma importância a fase da metáfora pela qual passou o jornalismo na rede. Novas possibilidades de comunicar foram descobertas no suporte digital e potencialidades tecnológicas agregaram-se às características do webjornalismo. Para fins desta monografia, será considerado como *topoi* genético para a criação da retórica webjornalística o próprio modelo narrativo consagrado pelo jornalismo impresso, visto que os primeiros jornais *online* não passavam de transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias de suas versões impressas. Além do mais, não se pode prescindir da palavra escrita, tanto em um suporte como o hipertexto para a narrativa webjornalística - consagradamente interativo e multimidiático, quanto em outros suportes que se utilizam de signos diversos para comunicar, como o áudio, a imagem, seja estática ou em movimento, ou a conjugação deles dois, formando o audiovisual. Outra justificativa para esta escolha reside no fato de que a retórica deve estar fundamentada em algum grau de identificação entre o emissor e o receptor, justamente nos lugares comuns, naquilo que é familiar: premissa criadora do novo.

## 1.1 O jornalismo na Internet

A partir de sua utilização comercial, com o desenvolvimento da web no início dos anos 90, a Internet passou a ser utilizada para atender finalidades jornalísticas. De lá para cá, três fases podem

ser observadas na história do jornalismo na web (PALÁCIOS, 2002).

A primeira fase é caracterizada pela simples reprodução de algumas matérias de destaque das editorias dos jornais impressos para as suas versões *online*, que começavam a ocupar espaço na Internet. Os sites noticiosos eram atualizados de acordo com o fechamento das edições do jornal impresso que eles reproduziam. Não havia preocupação em se trabalhar um modelo de jornalismo próprio para a web. Ocorria a mera transposição da notícia de uma mídia para um novo suporte.

O desenvolvimento tecnológico da Internet e seu aperfeiçoamento ao uso para quantidades cada vez maiores de internautas fez com que novas experiências na construção da narrativa do jornalismo *online* fossem estudadas. Nota-se uma tentativa de explorar as características oferecidas pela web. É a fase da metáfora.

Pode-se ter, aqui, o início da criação da retórica própria do webjornalismo. Mesmo sendo ainda transposição de matérias do modelo impresso começa-se a se estabelecer diferentes graus de interatividade com o internauta por meio de e-mails, chats, enquetes e fóruns de debate. Aparecem também editorias ou seções específicas para a atualização constante de notícias entre as edições dos jornais impressos (Últimas Notícias, Plantão, *Breaking News*). A velocidade em informar passa a “dar as cartas” nas redações *online*. O hipertexto começa a ser explorado pela notícia, o que romperá com a ordem linear da narrativa mais a frente.

O cenário começa a modificar-se com o surgimento de iniciativas tanto empresariais quanto editorias destinadas exclusivamente à Internet. São sites jornalísticos que extrapolam a idéia de uma versão para a Web de um jornal impresso, constituindo, assim, o webjornalismo. (PALÁCIOS, 2002).<sup>1</sup>

Se concebermos retórica como tecnologia, como a arte do fa-

<sup>1</sup> Citação extraída de artigo *online*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao2002.htm>>.

zer, reconheceremos na metáfora como tropo capaz de desviar o discurso da expressão simples e comum e de transferir significados para ajudar a compreender a realidade. A fase da metáfora reinventou o lugar comum da retórica webjornalística a partir do momento em que aglutinou ao seu repertório as potencialidades e novidades tecnológicas que a Internet proporcionava, cuidando de novas formas de narrar a mensagem (hipertexto) e de interagir com a audiência (chats, e-mails, fóruns de debate).

O atual momento do webjornalismo promove rupturas no modelo de jornalismo para Internet e investe gradualmente no uso de tecnologias para a web. Os softwares de publicação aglutinam-se à rotina das redações de webjornais, permitindo explorar as potencialidades que o meio proporciona à escrita hipertextual por meio de linguagens de programação e gerenciamento de bancos de dados.

## 1.2 Webjornalismo de terceira geração

A terceira e atual fase da história do jornalismo *online* é a do que se convencionou chamar de Webjornalismo de Terceira Geração (MIELNICZUK, 2004). Ele procura utilizar as características ou potencialidades oferecidas ao jornalismo desenvolvido para a web, que são a interatividade, a multimidialidade, a hipertextualidade, a atualização contínua, o acesso a bancos de dados (memória) e a personalização (PALACIOS, 2002).

Nota-se que, nesse estágio do jornalismo na Internet, os webjornais procuram oferecer soluções diferentes, que exploram as características oferecidas pela web. Ora, o suporte cada vez mais deixa de configurar-se nebuloso e desconhecido para estar presente no cotidiano de produtores de notícias e dos usuários da Internet. A tendência é a da reinvenção do jornal da Internet (ALVES, 2002). Para o autor, a reinvenção se dará quando a linguagem própria do novo meio for encontrada. Essa busca se inicia com o entendimento que na Internet ocorre uma convergência de

mídias, visto que vários elementos próprios à linguagem das outras mídias podem co-existir dentro do hipertexto jornalístico da web. Junto com a possibilidade interativa e o uso de *links*, tem-se, nessa convergência, uma característica fundamental da narrativa webjornalística: a multimídiaalidade.

Deve-se levar em consideração que o termo Webjornalismo de Terceira Geração, de acordo com Mielniczuk, “é utilizado para designar tendências ou soluções que efetivamente apresentem inovações na modalidade de jornalismo desenvolvido para o novo suporte”. Nessa reinvenção do webjornal, a autora, ao analisar as rupturas no jornalismo desenvolvido para a Internet, ou seja, aquilo que de fato venha a se tornar um novo formato, aponta para três inovações: o uso de memória cumulativa, instantânea e múltipla para armazenamento de dados, o *link* como recurso narrativa para o webjornalismo e a maior facilidade de conjugação dos diferentes formatos midiáticos, a multimídiaalidade, que organiza diversos elementos como gráficos, imagens, animações, *links*, vídeos e textos para que se tornem compreensíveis na narrativa.

O webjornalismo passa por um momento de dualidade: ao mesmo tempo em que é necessário manter convenções a fim de que o público – leitores/usuários – reconheça e se identifique com o produto jornalístico, também é preciso que rupturas aconteçam para que os webjornais se formem como uma opção singular e com atrativos diferenciados diante do público. (MIELNICZUK, 2004)<sup>2</sup>

A memória, como meio de armazenamento e recuperação de dados no jornalismo é um elemento realmente novo. Aqui não se pensa mais no simples acesso às informações acumuladas, à catálogos, à fontes informais, mas na inexistência de limites para o armazenamento de dados, na possibilidade de recuperação em tempo real de determinada informação. O acesso às bases de

<sup>2</sup> Citação extraída de artigo *online*. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/handle/1904/17332>>.

dados geralmente é feita por meio de ferramentas de busca, por palavras-chave ou por *links* com textos que dizem, por exemplo, “Leia o que já foi publicado sobre esse assunto”. Cada webjornal encontra, nessa ruptura, maneiras de reinventar criativamente as formas de acesso à memória.

O uso do *link* figura como elemento constitutivo do hipertexto webjornalístico. As diversas *lexias*<sup>3</sup> que vão compor a narrativa do texto na web devem ser bem planejadas e arquitetadas, sendo que suas conexões são feitas por meio dos *links*. Deixa-se de pensar em um tipo de escrita linear e uniforme, para se conjecturar sobre a melhor e a mais eficiente maneira de organizar e disponibilizar esses fragmentos – que podem ser de diferentes formatos desde um simples texto a uma animação – dentro de uma ordem lógica de entendimento. Landow apud Leão (2005), ressalta que o uso das *lexias* na escrita hipertextual é a causa das características de fragmentação e atomização do hipertexto. As *lexias* devem ser escritas dentro desses princípios da fragmentação com capacidade de interconexão e da atomização.

A maior facilidade de convergência de elementos de outros suportes midiáticos na Internet tornam possível uma outra ruptura, ainda não muito explorada nos webjornais, mas que é totalmente possível. Mielniczuk (2004) refere-se à essa nova possibilidade do webjornal como uma “ruptura e que a célula informativa (*lexia* constitutiva do hipertexto), em vez de ser ou um texto escrito, ou som, ou imagem, é um texto híbrido”. Essa busca pelo texto híbrido pode ser encontrado em situações como no caso da Multimídia Interativa (DUBE, 2002) ou na Infografia Multimídia (RIBAS, 2004a).

Vale ressaltar ainda que de acordo com artigo recente publicado por Mielnickuz (2006)<sup>4</sup>, o webjornalismo de terceira gera-

<sup>3</sup> *Lexias* são os blocos de informação que compõem o hipertexto. São tidas como as unidades básicas de informação. Outros autores preferem denominá-la de nó. Conforme Leão (1999), “ambos os termos correspondem às unidades básicas de informação. Uma *lexia* pode ser formada por diferentes elementos, tais como textos, imagens, vídeos, ícones, botões, sons, narrações, etc.”.

<sup>4</sup> Mielnickuz em “Sistemas publicadores para o webjornalismo: *MapaLink*,

ção incorpora cada vez mais em suas rotinas de produção o uso de tecnologias para a web. Por meio da utilização de sistemas publicadores<sup>5</sup>, já freqüentes em redações de webjornais, os portais tornaram-se dinâmicos, ou seja, podem ser modificados automaticamente sem a intervenção manual de um programador. Dessa forma, a autora considera os bancos de dados e as linguagens de programação como os pilares da elaboração de sistemas publicadores dinâmicos.

Elaborado com linguagem de programação avançada e estruturados em bancos de dados relacionais, os sistemas publicadores de webjornais podem realizar várias ações além da simples publicação de um texto, tais como inserir recursos interativos (enquetes, fóruns), relacionar matérias antigas com atuais, aplicar recursos interativos (som, vídeo), entre outros. Como explica Schwingel (2004, p.5), um sistema publicador visa ‘incorporar efetivamente as características do Jornalismo Digital tanto na concepção do *site* (na arquitetura da informação do produto) quanto na estrutura da notícia (na arquitetura da informação de cada matéria). (MIELNICZUK, 2006)<sup>6</sup>

Para que se possa entender mais sobre as potencialidades que podem ser exploradas neste campo, passamos a discorrer sobre as seis características do webjornalismo apresentadas por Palácios.

um protótipo para produtos de terceira geração”. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2006/lucianamielniczuk2006.doc>>.

<sup>5</sup> Os webjornais locais como o WSCom, ClickPB e Paraiba.com utilizam em suas rotinas de produção os sistemas publicadores.

<sup>6</sup> Citação extraída de artigo *online*.

Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2006/lucianamielniczuk2006.doc>>.

## 1.3 Características do webjornalismo brasileiro

O webjornalismo possui em seu favor certas potencialidades que a Internet proporciona e que se agregam como características próprias dele. Estas características influenciam o processo de produção de notícias e disseminação de informações, oferecendo ao público um produto webjornalístico de terceira geração e potencializando a construção de modelos narrativos, embora não ocorra de maneira muito expressiva principalmente no jornalismo *online* brasileiro.

As características apresentadas nesse trabalho de conclusão de curso tomam como referencial teórico os estudos do Grupo de Pesquisas em Jornalismo Online da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, levadas a cabo pelo Professor Marcos Palácios e vários de seus orientandos. Palácios chama atenção para o fato de que essas seis características desvendam as potencialidades que a Internet proporciona ao webjornalismo.

Deixe-se claro, preliminarmente, que tais possibilidades abertas pelas Novas Tecnologias em Comunicação (NTC) não se traduzem, necessariamente, em aspectos efetivamente explorados pelos sites jornalísticos, quer por razões técnicas, de conviência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor. (PALÁCIOS, 2001)<sup>7</sup>

### 1.3.1 Hipertextualidade

A narrativa na Web constrói-se de acordo com uma lógica de fragmentação do discurso. Diversos blocos de hipertextos, as *lexias*, podem ser costurados pelos *links*, que levam o leitor a freqüentes

<sup>7</sup> Citação extraída de artigo *online*.

Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao.htm>>.

atualizações no hipertexto lido. A possibilidade de acessar rapidamente diferentes blocos de informação através de *links* traduz a dinâmica da narrativa webjornalística. (RIBAS, 2004b).

O hipertexto é o molde da informação na Internet. Mielniczuk (2003) defende que “a hipertextualidade é considerada a mais importante das características, pois ela é o fator estruturante das publicações jornalísticas na web”. Tecnicamente, todo hipertexto é um conjunto de códigos escrito em uma linguagem de marcação, chamada HTML (*HyperText Markup Language*), podendo conter em si scripts, ou seja, programas desenvolvidos em linguagem de programação como Java ou PHP. Esses softwares embutidos no HTML criam a dinâmica do *site*, o jogo de efeitos, o acesso à bancos de dados e armazenamento de informações, os locais exatos onde devem aparecer textos, imagens, sons, etc.

Os *links* exercem a função de conduzir o leitor entre as partes escritas em HTML. Analisados desta maneira o hipertexto e o *link*, compreende-se o porquê de a leitura em hipertexto não ser seqüencial, não responder às chaves tradicionais de leitura, e, tampouco, de escrita. O hipertexto se apóia na capacidade da mente humana de relacionar, associar, unir pedaços. Tem-se um retorno ao jogo lúdico do quebra-cabeça, no qual o escritor de um hipertexto deve deixar bem solucionados os caminhos de ida e volta por meio dos *link*, ou ainda, usando a metáfora do labirinto para o hipertexto, os *links* conduzem o aventureiro para dentro do labirinto hipertextual, e, se bem construídos e dispostos dentro da narrativa, o trazem também de volta. Conclui-se que a leitura hipertextual instiga a relacionar idéias, acontecimentos e dados diferentes.

Así, a través de *links* o enlaces incluídos em el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí que se almacenan por separado sin sufrir las consecuencias de la falta de espacio o de tiempo de emisión que sufren otros médios.(...) Por medio de eses enlaces claramente señalados puede (el lector) entrar em otros docu-

mentos más largos que amplían la información. (BOLÓS, 2002)<sup>8</sup>

A hipertextualidade permite ao criador da notícia disponibilizar diversas informações não apenas em texto, como também em imagens, vídeo e áudio, integrados em um único corpo noticioso. Os *links* são os fios, os elos que podem levar o navegante de uma reportagem a ter acesso a outros sites relacionados ao assunto dela, ou mesmo a novos níveis de especialização do assunto, ou mesmo às suas diversas partes, fragmentadas em várias lexias. A partir desta possibilidade, alguns autores consideram que o hipertexto favorece o acesso não-linear às informações, a exemplo de Lévy (1993), enquanto outros, como Palácios (2000), sustentam a idéia de que o usuário, enquanto leitor, estabelece a sua ordem particular de leitura, apresentando uma certa linearidade provisória, que dura até o momento do clique do *mouse* sobre o próximo *link*. Sendo assim, de acordo com este autor, seria mais adequado ser utilizado o termo “multilinear” para o acesso hipertextual à informação.

### 1.3.2 Multimídia/Convergência

A informação que nos chega através da Internet aparece-nos de maneiras diversas. Mesmo sendo o texto informativo o elemento básico da tarefa de informar (Bolós, 2002), a informação nos pode aparecer sob formatos de diversos códigos de transmissão, característicos de outras mídias. Assim, um *link* textual em uma notícia na web pode levar o leitor à entrevista gravada em áudio daquela matéria, ou a um vídeo, que informará, em um nível mais específico, a leitura daquela informação. A possibilidade de apresentação da notícia em diversos formatos é uma potencialidade da Internet. Texto, áudio, vídeo, fotografias, animações, simulações,

<sup>8</sup> Citação extraída de artigo *online*.

Disponível em: <<http://revistas.sim.ucm.es:2004/inf/11341629/articulos/ESMP0101110079A.PDF>>.

infográficos animados devem fazer parte da narrativa webjornalística construindo um hipertexto polifônico e multilinear.

Pero, si hasta ahora era necesario hacer una distinción entre los diversos códigos de transmisión escritos y audiovisuales, la información que nos llega a través de Internet – o de cualquier otra red em el futuro -, además de añadir a las posibilidades actuales las del hipertexto, puede inificar los distintos lenguajes em uno solo. Y eso supone la utilización simultânea de todos los supertes que ya conocemos – texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o em movimiento – para llegar a producir um lenguaje plural, unificador y multimedia, que va a ser imprescindible para um elevado porcentaje de periodistas em todo el mundo. (BOLÓS, 2002)

Bolós introduz o conceito de “linguagem múltipla” (*lengaje múltipe*) que seria uma linguagem plural, unificadora e multimídia, uma vez que todos os suportes já conhecidos são utilizados simultaneamente. É uma linguagem complexa verdadeiramente, na qual o texto escrito não o único código, mas também diversos sistemas de signos atuam relacionando-se de maneira interdependente para alcançar o entendimento da mensagem. Para a autora, esta seria a linguagem própria do webjornalismo.

Cada um desses elementos que vai compor a multimídia deve ser concebido como parte fundamental do todo, do objetivo final da mensagem, não ser mero acompanhamento ou ilustração. Animações, gráficos, sons e áudio compõem pontos de vista, leituras diversas, ângulos de observação novos que se abrem na leitura e escrita de um mesmo acontecimento ou informação.

Para Palácios (2000) no contexto do jornalismo *online*, multimedialidade refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. Tal convergência deve-se à possibilidade de digitalização da informação, permitindo sua posterior circulação na rede em múltiplas plataformas e suportes.

### 1.3.3 Interatividade

A Internet permite que o processo de recepção da informação possa ser respondido quase que instantaneamente. Pela conversa em uma sala de bate-papo virtual (os *chats*) o leitor pode estabelecer uma conexão em tempo real com o webjornalista que escreveu a notícia que ele leu. Pode ainda mandar um e-mail para uma lista de discussão sobre aquele tema lido.

Até mesmo a navegação pelo hipertexto também configura uma situação interativa. Existe interatividade no âmbito da própria notícia, o que permite tornar o leitor parte do processo. Esse nível de interatividade é visto como uma série de processos interativos. Sendo assim, para Palácios (2002) “adopta-se o termo multi-interativo para designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na Web”.

Um dos recursos mais simples utilizados para explorar essa característica, e talvez por isso muito fácil de ser encontrado, é o emprego do e-mail, permitindo que o leitor escreva para a redação do jornal ou entre em contato diretamente com o autor da matéria. Também os fóruns de discussão, que permitem a troca de informação entre os leitores e que são gerenciados pelo webjornal, estão se tornando mais comuns a cada dia. (MIELNICZUK, 2003, p. 42).

### 1.3.4 Memória

Superadas as limitações de tempo e espaço, a Web proporciona ao Jornalismo uma memória múltipla, cumulativa e instantânea. Palácios (2002) lembra que o hipertexto é um espaço praticamente ilimitado para o material noticioso.

Trabalhando com bancos de dados alojados em máquinas de crescente capacidade de armazenamento e contando com a possibilidade do acesso assíncrono por parte

do Utente, bem como de alimentação e Actualização Contínua de tais bancos de dados por parte não só do Produtor, mas também do Utente (Interactividade), o Jornalismo Online, para efeitos práticos, dispõe de espaço virtualmente ilimitado, no que diz respeito á quantidade de informação que pode ser colocada á disposição do seu público alvo. (PALÁCIOS, 2002).

Memória deve ser considerada para fins desta monografia como a cumulação de dados digitalizados em bancos de dados. Sendo assim, por meio de uma ferramenta de busca, geralmente presente nos *sites* jornalísticos, tem-se a possibilidade de ler matérias que foram publicadas anteriormente, ver imagens sobre determinado assunto ou mesmo vídeo e áudio, nos casos de portais que exploram em suas narrativas a característica da multimidialidade. Tempo e espaço não mais configuram limites para o jornalismo.

A conjugação de Memória com Instantaneidade, Hipertextualidade e Interatividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a Memória que cremos ser legítimo afirmar-se que temos nessa combinação de características e circunstância uma ruptura com relação aos suportes mediáticos anteriores. Voltamos a insistir que ao fazermos esse tipo de afirmação, estamos a nos referir a possibilidades que se abrem tanto para os produtores quanto para os utentes da informação jornalística. A realidade da prática jornalística na Web aproxima-se ou distancia-se de tais possibilidades abertas, conforme os contextos e produtos concretos disponíveis hoje na Internet. (PALÁCIOS, 2002).

As ferramentas de busca desempenham um papel fundamental como ferramenta de acesso à memória nos webjornais. Elas permitem múltiplos cruzamentos de palavras-chaves e datas, por um mecanismo de indexação. A rapidez no acesso e as diversas possibilidades combinatórias introduzem no webjornalismo uma memória múltipla, instantânea e cumulativa.

### 1.3.5 Atualização contínua

Esperar até a edição do jornal impresso do dia posterior para dar uma notícia “quente”, não condiz com a capacidade que o webjornalismo dispõe para informar em tempo real. Assim que um fato acontece, o webjornalista pode publicar a notícia. Essa é uma das grandes mudanças que o webjornalismo traz ao ritmo de produção das redações atualmente.

Uma notícia pode ser apresentada ao leitor poucos minutos depois que o fato que a originou aconteceu. É algo parecido com a dinâmica das redações radiojornalísticas. Todavia, aquela mesma notícia pode ser atualizada quantas vezes forem necessárias até que se esgotem todas as possibilidades de tratamento da mesma. A atualização contínua é uma marca do webjornalismo.

Por exemplo, em um jogo de futebol, é comum que os portais jornalísticos disponibilizem atualizações constantes, lance a lance, de acordo com a própria dinâmica do jogo.

As Breaking News, ou Últimas Notícias, que tornaram-se uma característica lançada pelos portais e adotada pela maioria das versões digitais dos jornais impressos. Essa agilidade permite também o que muitos veículos chamam de tempo real. Acompanhar um determinado acontecimento em tempo real é estar diretamente conectado, através da Web, ao jornalista que está presente no lugar do acontecimento, e receber a cada instante o desenvolvimento dos fatos. (RIBAS, 2004b)<sup>9</sup>.

Mielniczuk (2004) enfatiza que a atualização contínua do modo como concebida pelos webjornais não constitui elemento constitutivo de ruptura no modelo de jornalismo na Internet. Na verdade, outras mídias já usam a atualização freqüente das notícias. Mais expressivamente no rádio e na televisão, as notícias podem ser acompanhadas paulatinamente, de acordo com o desencadear

<sup>9</sup> Citação de artigo *online*. Disponível em: <[http://evaldomagalhaes.tripod.com/2004\\_ribas.pdf](http://evaldomagalhaes.tripod.com/2004_ribas.pdf)>.

dos fatos que as constituem. Os jornais impressos também costumam manter seus leitores atualizados ao elaborar edições especiais dos seus jornais.

Oferecer notícias de forma imediata e resumida é uma prática usual no rádio e na televisão, através de edições extraordinárias dos programas noticiosos, quando acontecimentos muito importantes assim o exigem. (...) Atualmente, a depender da importância do acontecimento, a cobertura de um fato, no rádio e na televisão, passa a ser contínua, sobrepondo-se à grade de programação do veículo. (MIELNICZUK, 2004)

A Internet, todavia, potencializa esse recurso, pois o tempo da atualização é contínuo, e o conteúdo da notícia vai-se desdobrando em dados adicionais, em informações mais precisas, em acontecimentos relacionados, em conversas com especialistas, em enquetes em tempo real, em *chats*, enfim, as possibilidades de informar são mais abundantes, visto que o limite de armazenamento de informações é praticamente infinito.

### 1.3.6 Personalização

A escolha de como a informação será exibida para o usuário, de como o *site* disponibilizará seu conteúdo ao usuário, de acordo com suas preferência de acesso e de visualização dele, é uma característica incorporada no webjornalismo. Escolher que seção será exibida primeiro, com maior ênfase em relação as demais, de acordo com uma escolha prévia do usuário, ou escolher formatos de apresentação visual, como cores, tipos e tamanho de fontes são possibilidades do jornalismo na Internet. A esta característica, chama-se personalização, customização do conteúdo ou individualização. Assim, quando o *site* é acessado, este já é carregado na máquina atendendo aos padrões previamente estabelecidos.

Mielniczuk (2003) aponta alguns recursos frequentemente utilizados pelos produtos jornalísticos desenvolvidos para a Internet.

Dentre eles, a *newsletter* figura entre os que são mais utilizados. A *newsletter* é enviada ao *e-mail* do usuário, o qual previamente realiza um cadastro autorizando o envio. Dependendo do webjornal, o usuário pode escolher, por exemplo, as editorias das quais deseja receber notícias. Sendo assim, ao acessar sua conta de correio eletrônico, o usuário recebe a possibilidade de ir diretamente naquela notícia que mais o interessa, dentre aquelas recebidas. Esse caminho da caixa de entrada até a matéria específica naquele portal de notícias faz-se por meio do recurso do *link*, o que dispensa o acesso direto ao webjornal.

A prévia identificação do usuário do portal por meio de *login* e senha também figura como possibilidade de personalização do conteúdo, assim como a navegação individualizada.

Também pode ser considerado como personalização, a possibilidade de cada leitor estabelecer um percurso individualizado de leitura a partir da navegação pelo hipertexto. Assim, cada indivíduo construiria um produto individualizado, fruto de sua leitura (suas escolhas individuais) pelos caminhos oferecidos na narrativa hipertextual. Isto significa que dois leitores, ao navegar pelo mesmo hipertexto, ao final, terão lido textos distintos. (MIELNICZUK, 2003, p. 45).

Como estudo de caso a respeito do uso efetivo de personalização em webjornais com sede física em João Pessoa, tem-se o portal ClickPB<sup>10</sup>. Criado como resultado de projeto acadêmico, o portal entrou no ar no dia 15 de dezembro de 2005. Um aspecto diferenciador em relação aos demais portais com sede física em João Pessoa<sup>11</sup> é que ele é o único a apresentar visualmente as no-

<sup>10</sup> Acessado pelo endereço <<http://www.clickpb.com.br>>

<sup>11</sup> Foram observados os seguintes portais com sede física em João Pessoa: ClickPB, disponível em <http://www.clickpb.com.br>, WS-Com, disponível em <http://www.wscom.com.br>, Portal Correio, disponível em <http://www.portalcorreio.com.br>, Paraíba.com, disponível em <http://www.www.paraiba.com.br> e O Norte Online, disponível em <http://www.onorte.com.br>.

tícias por meio de um *slideshow*, com uma imagem estática e uma legenda, e um menu de navegação. Esse uso de multimídia é uma marca visual impactante.

Com relação à personalização no ClickPB no menu situado no topo do portal destaca-se um *link* com o texto “Meu Click”, que é uma área de acesso à usuários previamente cadastrados por meio do *link* “Assine grátis o ClickPB”. Para assinar gratuitamente os serviços do portal, basta que o usuário preencha um formulário e envie os dados. Tudo feito dentro do próprio portal. Com o cadastro realizado, o usuário pode receber *newsletters* diárias, salvar as notícias que o interesse para consulta posterior, e salvar vídeos. Ao acessar o menu “Meu Click”, abre-se uma página pessoal do usuário, com as notícias e os vídeos armazenados, com a opção excluir os que ele desejar.

Vale lembrar ainda, de acordo com Palácios (2000), que a navegação pelo hipertexto também constitui uma situação interativa na medida em que cada leitor constrói, a partir da possibilidade de interatividade oferecida pelo hipertexto, um texto personalizado.

Após essa exposição de conceitos, características e termos fundamentais para que se possa entender a abrangência dos estudos em webjornalismo, pretende-se aprofundar esse trabalho na análise dos elementos essenciais para a construção da narrativa webjornalística, que são o hipertexto, os *links* e a multimídia. Deve-se atentar para o exposto acima sobre o webjornalismo de terceira geração e do uso cada vez mais freqüente de tecnologias para web, como os bancos de dados e as linguagens de programação.

The image displays two screenshots of the ClickPB website interface. The top screenshot shows the registration form titled "ASSINE O CLICKPB". The form includes fields for Name, E-mail, Login, Senha (Password), Confirme senha (Confirm password), Telefone (Telephone), Cidade (City), Estado (State) set to "Acre", Data Nascimento (Date of Birth) set to "01 / 01 / 2007", Escolaridade (Education) set to "Ensino Fundamental Incompleto", and Profissão (Profession). An "Enviar" (Send) button is at the bottom right. The bottom screenshot shows the user's personalized area "MEU CLICK" for user "Clá, Diógenes Darce Cardoso de Luna". It features a "MINHAS NOTÍCIAS" (My News) section with a list of news items. One item is visible: "[02/05/07 17:00] Mais de 70% são reprovados no exame da OAB". There is a checkbox next to it and a red "X" icon with the text "EXCLUIR SELECIONADAS" (Exclude Selected) below it. A "MEUS VÍDEOS" (My Videos) section is also visible at the bottom.

Figuras 3 e 4 – Formulário de cadastro de usuário e área personalizada do portal ClickPB. A área personalizada permite o armazenamento e gerenciamento de notícias e vídeos pelo usuário.

## Capítulo 2

# O hipertexto: base tecnológica da narrativa webjornalística

*O homem não pode esperar duplicar artificialmente esse processo mental por inteiro, mas deve certamente ser capaz de aprender com ele.*<sup>1</sup>  
(Vannevar Bush)

Unir logicamente fragmentos por meio de elos associativos não é marca apenas do tipo de escrita/leitura encontrado na web. A mente humana opera por meio de associações. Cada pensamento associa-se ao próximo que é sugerido, realizando todos eles uma busca dentro do repertório subjetivo dos registros mentais, formando trilhas dentro da rede cerebral de neurônios. Constituem ligações não-lineares, que não seguem qualquer ordem hierárquica, mas sim difusas, rizomáticas. Essas associações de pensamentos são ativadas de acordo com um contexto, e cada nova alteração de sentido pode desencadear novos caminhos e novas ordens dentro da grande rede semântica são tão rápidos e transitórios quanto a memória.

---

<sup>1</sup> “*Man cannot hope fully to duplicate this mental process artificially, but he certainly ought to be able to learn from it.*”

Inspirado pelos elos associativos da mente humana, Vannevar Bush, já em 1945, no artigo intitulado “As we may think” (Como devemos pensar) sugere algumas analogias entre estes e tarefas que podem ser mecanizadas, a exemplo da seleção por associação. Ele propõe um aparelho antes nunca visto, no qual poderiam ser armazenados e depois recuperados diversos tipos de informações, não somente em texto, mas em áudio e imagem. Além de prever e tornar eficaz o uso do hipertexto em uma versão primitiva da que existe atualmente, Bush atualizou a eficácia do uso de bancos de dados e de multimídia, idéias que seriam agregadas ao repertório da Internet décadas mais tarde. Este engenhoso aparelho, Bush chamou *Memex* (Memory Extension)—de uso individual, no qual uma pessoa pode armazenar em uma memória livros, arquivos e documentos, os quais podem ser recuperados por meio de acessos rápidos e flexíveis. “Uma vez estabelecida a conexão, cada vez que determinado item fosse visualizado, todos os outros que tivessem sido ligados a ele poderiam ser instantaneamente recuperados, através de um simples toque em um botão” (Lévy, 1993:29).

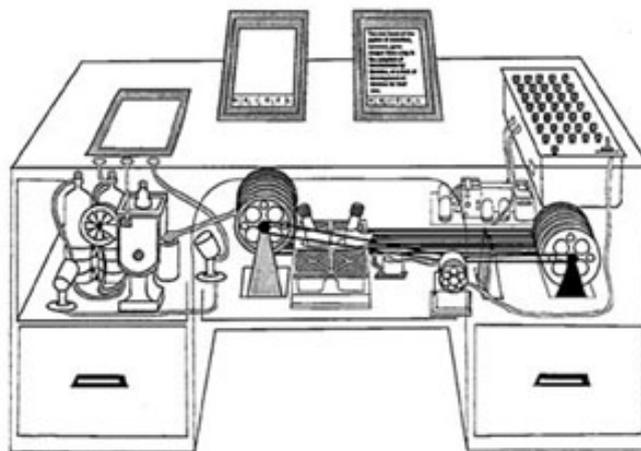


Figura 1 – Desenho do Memex idealizado por Vannevar Bush (1945)  
Disponível em: [http://infodesign.no/uploaded\\_images/memex-769746.jpg](http://infodesign.no/uploaded_images/memex-769746.jpg)

Convém enfatizar o caráter multimidiático do aparelho de Bush para fins desse trabalho. Como já foi dito anteriormente, na classificação apresentada por Palácios (2002) das seis características do jornalismo desenvolvido para a Internet, a multimedialidade figura entre elas. Mas todas fazem parte de uma grande trama para a criação e disponibilização da mensagem, a webnotícia, ao navegante dos portais noticiosos. Elas são indissociáveis por existirem virtualmente no hipertexto, podendo ser uma delas mais notadamente explorada do que a outra, mas todas sempre existirão ali, mesmo porque têm relação direta com os princípios caracterizadores do hipertexto, apresentados por Lévy (1993). A navegação pelos portais de notícias revela se uma ou outra potencialidade é mais explorada do que a outra, assim como pesquisas quantitativas já realizadas sobre o uso efetivo dessas características em webjornais brasileiros<sup>2</sup>.

Foi o próprio Bush quem revelou o que poderia ser armazenado no *Memex*. “Livros de toda espécie, figuras, periódicos, jornais”, tudo gravado em uma película de microfilme por meio da qual se dá a leitura e entrada dos dados no *Memex*. Esse caráter pré-multimídia é inegável, e é lembrado por Lévy (1993)

Antes de mais nada, seria preciso criar um imenso reservatório multimídia de documentos, abrangendo ao mesmo tempo imagens, sons e textos. (...) Bush chegou mesmo a imaginar uma nova profissão, uma espécie de engenharia civil no país das publicações, cuja missão seria a de ordenar redes de comunicação no centro do corpus imenso e sempre crescente de sons, imagens e textos gravados. (LÉVY, 1993, p. 29)

O hipertexto nas redes telemáticas veio atualizar o *Memex* de Bush. Agregando a ele as linguagens de programação e o uso

---

<sup>2</sup> Sobre este tema, consultar a pesquisa realizada pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line, apresentada no artigo “Um mapeamento de características e tendências no jornalismo *online* brasileiro”, disponível no site [www.facom.ufpb.br/jol](http://www.facom.ufpb.br/jol).

de bancos de dados cada vez mais robustos, com capacidades de armazenamento, gerenciamento e cruzamento de informações potencialmente crescentes, o hipertexto estrutura a escrita digital na Internet.

## 2.1 Definição de hipertexto

Ao levar em consideração que, na relação entre contexto e significado, o contexto é que dita os rumos de como a rede de sentidos será ativada em determinado momento, Lévy (1993) propõe uma primeira definição de hipertexto, que seria mundos de significação que os atores da comunicação ou os elementos de uma mensagem constroem e remodelam no universo de sentidos. “O hipertexto é talvez uma metáfora válida para todas as esferas da realidade em que *significações* estejam em jogo”.

Sendo assim, ele propõe caracterizar o hipertexto de acordo com seis princípios (metamorfose, heterogeneidade, multiplicidade e encaixe das escalas, exterritorialidade, topologia, e mobilidade dos centros), os quais serão discutidos mais adiante neste capítulo fazendo-se um paralelo com as seis características do webjornalismo descritas no capítulo anterior.

Seguindo para uma definição mais técnica de hipertexto, e que se encontra mais adequada com o objeto de estudo deste trabalho, podemos concordar com Lévy quando ele considera os elementos de constituição de um hipertexto e suas interconexões.

Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, seqüências 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 a 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. (LÉVY, 1993, p. 33)

Mais uma vez é ressaltado o caráter multimidiático do hipertexto. Sua capacidade de convergência atinge o grau de ele mesmo poder ser formado, em um de seus nós, por outros hipertextos, também multimidiáticos. “Partindo de traços tomados de empréstimo de várias outras mídias, o hipertexto constitui, portanto, uma rede original de interfaces” (LÉVY, 1993, p. 37).

O suporte multimídia se deve aos avanços nas tecnologias informáticas, que proporcionaram o surgimento de interfaces amigáveis para os usuários de computadores, oferecendo soluções cada vez mais fáceis de interação do homem com a máquina, a exemplo das representações icônicas das estruturas de informação e dos comandos, do uso do *mouse*, de menus com as operações que devem ser tomadas para exploração do software e a tela gráfica de alta resolução (LÉVY, 1993).

Ainda conforme a linha de orientação que define o hipertexto por suas características técnicas, vale lembrar a definição de Leão (2005), que leva em consideração as ligações entre os nós por meio de *links*, a interatividade e as ferramentas de busca.

Um hipertexto é um documento digital composto por diferentes blocos de informações interconectadas. Essas informações são amarradas por meio de elos associativos, os *links*. Os *links* permitem que o usuário avance em sua leitura na ordem que desejar. Além do modelo hipertextual baseado no binômio ‘elos & blocos de textos’, existe sistemas com outros tipos de estruturas interativas (relações, séries, séries de Petri, etc.). Através dessas estruturas interativas, o leitor percorre a trama textual de uma forma única, pessoal. Um dos recursos que o usuário pode utilizar é o *search* (busca). Este recurso rastreia um extenso volume de informações em questão de segundos. (LEÃO, 2005, p. 15-16)

Das definições apresentadas, deve-se atentar para que o hipertexto é um documento digital, totalmente interativo, que desobe-

dece a ordem de escrita/leitura linear e que converge para si todas as características das mídias já existentes, uma vez que comporta áudio, imagens estáticas ou em movimento, animações, documentos complexos ou mesmo outros hipertextos.

Se formos pensar o hipertexto em suas características técnicas de memória e velocidade, as quais já foram mencionadas no capítulo anterior, podemos mesmo propor que ele constitui um meio de comunicação. Atenta-se, ao se propor este pensamento, que ele afina-se mais com as teorias fundamentalistas das teorias norte-americanas da comunicação de que nas pesquisas mais recentes que envolvem os indivíduos e as subjetividades mais que princípios tecnológicos. McLuhan (1964), ao teorizar sobre a automação - ou cibernação - afirma que características de armazenamento, ou memória e de acelerador constituem traços básicos de qualquer meio de comunicação. No caso da eletricidade e dos meios que dela se utilizam como fonte de abastecimento motor, o que se armazena e desloca não é uma substância corpórea, mas percepção e informação. Uma vez que o hipertexto é um documento digital, funciona de acordo com a matemática dos bits de computadores, ou seja, de acordo com seqüências de sinais elétricos. De acordo com a enciclopédia online Wikipedia<sup>3</sup>, o valor de um bit é armazenado como uma carga elétrica acima ou abaixo de um nível padrão em um único capacitor dentro de um dispositivo de memória. Sendo assim, nos acessos a hipertextos o que se armazena e se desloca é informação tecnicamente composta de sinais elétricos.

Deve-se atentar, para fins desta monografia, para a conceituação de hipertexto e não para o debate acerca de ser ele um meio ou não.

Ainda para que se demonstre outra abordagem do hipertexto, podemos lembrar das novas possibilidades de se organizar o conhecimento que este suporte oferece. Ribeiro (2002), lembra que a tradição ocidental estrutura o conhecimento de acordo com a seqüência linear do discurso, no qual deve haver um princípio

<sup>3</sup> Disponível em <<http://pt.wikipedia.org>>

temporal da narrativa, uma marca de origem, e um ponto de chegada do raciocínio lógico desenvolvido ao longo deste discurso. É justamente a linearidade que permite haver um começo e um fim bem delimitados.

Como o hipertexto ocorre algo diferente. Como já mencionado, a ordem de leitura/escrita não é mais a mesma. Não existe mais um princípio único, mas diversas possibilidades de início tornam-se viáveis. Durante as várias atualizações que o leitor proporciona ao hipertexto no momento em que opera com ele, seguem-se ordens particulares e diversas, que são encadeados pelos diversos *links* que motivam novas ações do operador. São os *links* que dotarão o texto informático de abertura, associações com outros textos, inserção de marcas de leitura. Não é apenas ler, mas realmente operar com o hipertexto, o que confirma também sua marca interativa. Landow apud Ribeiro (2002), trata o hipertexto como uma estrutura sem centro e sem espaço pré-determinado.

Por implicação lógica, num espaço infinito (como é o promovido pela abertura da hipertextualidade), o centro simultaneamente não pode ser localizado em nenhum ponto exato, mas pode, momentaneamente, ser demarcado em qualquer um dos infinitos pontos possíveis. O “axis” ou o princípio ordenador é emprestado por aquele que, não apenas lê, mas opera com o texto num dado momento. (LANDOW apud RIBEIRO, 2002)<sup>4</sup>

Ribeiro chega, então, a seguinte definição:

O que podemos constatar na atualidade é o surgimento do hipertexto informático – com seus textos interconectados por uma rede de *links* eletrônicos –, como uma evolução de um sistema antigo de artificialização do processo de leitura, uma vez que a pesquisa nos índices e nos sumários,

<sup>4</sup> Citação de artigo *online*. Disponível em:  
<<http://hdl.handle.net/1904/18854>>

a passagem de nós indicativos a outros, os mapas referenciais, passaram a ser efetuados de uma forma bastante rápida, quase que instantânea, além da grande facilidade de inclusão em suas referências cruzadas de outros tipos de troca de informações como a imagem e o som, devido ao processo de pesquisar informações de outros autores, de outros locais, de outras fontes que tenham desenvolvido argumentos que venham enriquecer a discussão sobre os conceitos apresentados inicialmente. (RIBEIRO, 2002).

## **2.2 Relações entre princípios do hipertexto e características do webjornalismo**

Lévy (1993) chega a conclusão de que tudo aquilo que envolva significados pode constituir um hipertexto. Nesse sentido, a definição assume dimensões além do campo da comunicação, e pode referenciar processos sociotécnicos ou mesmo relações entre os elementos constitutivos de uma mensagem. Para que se atenha à idéia de hipertexto pretendida pelo autor, e que se encaixa ao estudo aqui apresentado, ou seja, de documento digital constituído por nós interativos e multimídia, ele o caracteriza de acordo com seis princípios apresentados a seguir.

Ao analisar esses princípios, atentamos para algumas semelhanças entre eles e as características do jornalismo online propostas por Palácios (2002). Propõe-se que as características do webjornalismo constituem possíveis aplicações destes princípios de Lévy na narrativa webjornalística. Como a base tecnológica do texto webjornalístico é o hipertexto, podemos estabelecer relações entre as características do webjornalismo e os princípios do hipertexto.

O princípio de metamorfose é apresentado como aquele que caracteriza a rede hipertextual como estando em constante construção e renegociação. Ou seja, nela, todos os atores estão per-

manentemente envolvidos a medida em que operam com o hipertexto. Mas essa mutabilidade constante não é apenas conseguida por seres humanos. Lévy lembra que palavras, imagens, *links*, e outros símbolos e elementos também atuam no processo de metamorfose. A rede hipertextual configura-se como totalmente instável e as diversas interações permitem uma mutabilidade constante.

Podemos notar uma aplicação prática do princípio de metamorfose na escritura hipertextual utilizada na narrativa do jornalismo na Internet. São duas características do webjornalismo que merecem ser apontadas como aplicação prática do princípio apresentado por Lévy. São elas a atualização contínua e a interatividade. Observamos a atualização contínua na cobertura constante de um fato ou evento jornalístico em portais de notícias. Esta atualização constante também conta com a ajuda da interatividade com o leitor da notícia que, de acordo com o modo como ela está configurada, pode emitir a opinião dele sobre o assunto, seja deixando um comentário e atualizando mais uma vez o hipertexto lido, ou mesmo interagindo por meio de enquetes ou de *chat* direto com algum personagem envolvido ou com a redação do webjornal. A rede hipertextual encontra-se, dessa maneira, em constante construção e renegociação.

Outra forma de atualização contínua pode ser observada com o sistema RSS (Really Simple Syndication), já usado em portais como o Terra, para citar um exemplo de grande portal nacional, e também em um portal local, o *portalcorreio.com.br*. O sistema permite aos usuários se inscreverem em *sites* que forneçam *feeds* (fontes) RSS, que são *sites* que mudam ou atualizam seu conteúdo regularmente. Sendo assim, o usuário pode receber as atualizações dos *sites* sem precisar necessariamente acessá-los um a um. Para o webjornalismo, o RSS permite, por exemplo, que o administrador de um *site* de notícias forneça as últimas manchetes publicadas, podendo compartilhá-las mais rapidamente com seus leitores. *Browsers* como o Mozilla Firefox oferecem fontes RSS.

Um outro princípio apresentado por Lévy (1993) é o de he-

terogeneidade. Para ele, “os nós e as conexões de uma rede hipertextual são heterogêneos”. O hipertexto é capaz de armazenar dados em diferentes formatos, sendo eles compostos de sons, imagens, modelos. Sendo assim, na comunicação as mensagens serão multimídias.

Podemos relacionar, facilmente, esse princípio à característica de multimedialidade do webjornalismo. Os nós de um hipertexto, como já dito anteriormente, podem ser constituídos por símbolos diversos da palavra escrita. Imagens, animações, sons, enfim, uma gama de possibilidades de símbolos pode servir de nó no hipertexto e na narrativa webjornalística, já que o hipertexto é a base para a escrita da webnotícia. Lévy (op. cit.) comenta sobre a capacidade destes nós se unirem em rede. “Hipertextos, agenciamentos multimídias interativos e sistemas especialistas têm em comum esta característica multidimensional, dinâmica, esta capacidade de adaptação fina às situações que os tornam algo além da escrita estática e linear”.

A capacidade do hipertexto se organizar de modo a poder ser subdividido indefinidamente em partes constitui o que Lévy (op. cit.) considera como princípio de multiplicidade. “Cada nó ou conexão, quando analisado, pode revelar-se como sendo composto por toda uma rede, e assim por diante, indefinidamente, ao longo da escala dos graus de precisão”.

Encontra-se aqui a própria hipertextualidade, definida por Palácios (2002), como aplicação do princípio de multiplicidade na narrativa webjornalística.

Esta característica, apontada como específica da natureza do jornalismo *online*, traz a possibilidade de interconectar textos através de *links*. Bardoel e Deuze (2000) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos, como originais de *releases*, outros sites relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos que possam gerar polêmica em torno do assunto noticiado, entre outros. (PALÁCIOS, 2002)

O quarto princípio apresentado por Lévy é o que ele chama de Princípio de Exterioridade. Para o autor, a rede hipertextual encontra-se em constante atualização, crescendo ou diminuindo, compondo-se e recompondo-se de forma permanente. Mas esse movimento sem fim depende de algum fator externo que o desencadeie, depende de um “exterior indeterminado”, como a adição de novos elementos e as conexões com outras redes.

Como dito no capítulo anterior, a interatividade, que é mesmo marca presente no hipertexto, é citada como sendo uma característica do webjornalismo. É de onde provém a exterioridade do jornalismo na Internet, da interatividade, que acaba por atualizar ininterruptamente a rede hipertextual.

Os dois últimos princípios apresentados por Lévy mostram características próprias mesmo do hipertexto. São eles o princípio de topologia e o princípio de mobilidade dos centros.

Pelo princípio de topologia, pode-se abstrair um provável espaço da rede hipertextual. Na realidade, “a rede não está no espaço, ela é o espaço” (LÉVY, op. cit.). Como o funcionamento do hipertexto se dá por vizinhança, ou seja, tudo que se desloca deve utilizar a rede como ela se encontra, com seus caminhos traçados e sua topologia própria, ou então será obrigado a modificá-la.

Podemos pensar, do exposto a respeito deste princípio, na não-linearidade característica do hipertexto. Isto porque o que existe é uma rede composta por caminhos, ou *links*, dentro da qual o operador, o navegante, pode traçar seu percurso. Sendo assim, pela própria topologia característica do hipertexto, a linearidade é posta em xeque-mate.

O princípio de mobilidade dos centros significa que a rede não tem um centro estático, mas diversos centros permanentemente móveis, que se deslocam de um nó a outro e se ramifica constantemente. Landow apud Ribeiro (2002), como já mencionado quando tratamos dos conceitos de hipertexto, também fala sobre este descentramento, o qual se deve ao deslocamento constante do discurso na rede, causando um acentramento ou relocação contínua de centro.

## 2.3 Hipertexto + Multimídia = Hiper-mídia?

Do exposto acerca do hipertexto, convém ressaltar alguns tópicos relativos à hiper-mídia. Em uma breve análise, podemos chegar a uma primeira noção de hiper-mídia, na qual figura a fusão de duas tecnologias: o hipertexto e a multimídia. Vertendo para a evolução recente das mídias contemporâneas, a hiper-mídia provê o suporte para o surgimento de novas relações na produção jornalística. A conjunção da microinformática, da arquitetura de redes, da digitalização e disponibilização de informações provenientes de mídias diversas (som, imagem, animação, texto, etc.) e da disponibilização, especificamente, de notícias por meio desta estrutura atualizam o jornalismo na web.

Começemos por analisar a noção preliminar de hiper-mídia. Diversos autores, entre eles Landow apud Silva Júnior (2001), Schwarzmüller (2003) e Leão (2005) doutrinam de acordo com a linha de pensamento que concebe a hiper-mídia como a fusão entre a multimídia e o hipertexto. “Hiper-mídia, por sua vez, é uma tecnologia que engloba recursos do hipertexto e multimídia, permitindo ao usuário a navegação por diversas partes de um aplicativo, na ordem que desejar”, é esta a definição trazida por Leão (2005). No livro *O labirinto da hiper-mídia*, a autora não faz qualquer distinção entre os termos hiper-mídia e hipertexto.

Leão considera como hiper-mídia os aplicativos em CD-ROM e na web, o que Lévy (1999) irá considerar como sendo documentos multimodais interativos de suporte digital, ou apenas, hiperdocumentos. Para a autora o que define a hiper-mídia é a possibilidade de estabelecer conexões entre diversas mídias e entre diferentes documentos ou nós de uma rede.

Não apenas Leão, como também Schwarzmüller (2003) não faz distinção entre os termos hipertexto e hiper-mídia. Esta última autora defende que a distinção entre os dois termos não se torna mais necessária devido às crescentes facilidades na comunicação

de informações multimodais, através das mais variadas tecnologias.

Hipermídia é a denominação genérica para sistemas de representação de conhecimentos onde diversos elementos de informação podem ser articulados de diferentes maneiras, de acordo com as diferentes perspectivas dos usuários do sistema. (...) Embora o termo 'hipermídia' subentenda, pela definição tradicional, uma maior abrangência com relação às maneiras de expressar o conhecimento, ele pode ser considerado simplesmente uma reavaliação do termo original 'hipertexto' em consequência da evolução tecnológica. (SCHWARZELMÜLLER, 2003)<sup>5</sup>

Ainda pensando de acordo com esta corrente teórica, deve-se atentar para o conceito que Landow, citado por Silva Junior (2001), propõe.

O conceito de hipermídia simplesmente estende a noção de texto no hipertexto ao incluir informação visual, som, animação e outras formas de informação. Desde que o hipertexto conecta uma passagem de discurso verbal a imagens, mapas, diagramas e som tão facilmente como a outra passagem verbal, expande a noção de texto além do mero verbal. Eu não faço distinção entre hipertexto e hipermídia. (LANDOW *apud* SILVA JUNIOR, 2001)<sup>6</sup>

Para os autores seguidores da linha de pensamento que concorda quando se refere à hipermídia como sendo a associação do hipertexto com a multimídia, não há sequer distinção entre aquela e este. Comprova-se que muitos usam indistintamente os termos para referir-se a mesma coisa. Todavia, cabe ressaltar que existem conceitos e teorias acerca das duas tecnologias, e que existem

<sup>5</sup> Citação de artigo *online*. Disponível em: <[http://www.cinform.ufba.br/iv\\_anais/artigos/TEXT006.HTM](http://www.cinform.ufba.br/iv_anais/artigos/TEXT006.HTM)>.

<sup>6</sup> Citação de artigo *online*. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/4382>>

posicionamentos que vão além da definição de hipermídia como sendo a união destas duas tecnologias.

Silva Júnior (2001) expõe conceitos mais amplos para a hipermídia. De acordo com o autor, agregar à hipermídia o conceito de hipertexto unido ao de multimídia não é incorreto, mas insuficiente. “Em um sentido mais elementar, a noção de hipermídia é, com certa facilidade, incorporada ao jogo circunstancial dos desenvolvimentos de conteúdos e seu conseqüente arranjo dentro da lógica comunicacional atual”. Todavia, além dos arranjos e topologias que unirão as diversas lexias, as interconexões possíveis, também se deve atentar para os condicionamentos dos aspectos da produção de conteúdo. Em hipermídia, tudo é digitalizado, e desta forma é disponibilizado e acessado na rede digital. Propõe-se, nesse sentido, olhar a hipermídia pelo ângulo da produção de conteúdos digitalizados como elementos de disseminação em diversas plataformas. Há, portanto, uma mudança de parâmetros, pois com a hipermídia a emissão e recepção de informações atualizam-se em disponibilização e acesso.

Por essas bases, não podemos reduzir a idéia de hipermídia enquanto mera convergência entre hipertexto e multimídia, pois, temos pela primeira vez na história das mídias, uma possibilidade que rompe tanto com a idéia de suporte clássico, como de modalidade fixa de construção de sentido (texto, som, imagem). Em outras palavras, a noção ou conceito de mídia contemporânea aponta para não se enclausurar a produção de certas modalidades de discurso em categorias exclusivas de suporte. (SILVA JÚNIOR, 2001)

O texto deixa de ser exclusividade dos meios impressos, assim como o rádio e a música deslocam-se das ondas hertzianas. As modalidades de discurso deixam de ser pertencentes exclusivamente aos seus suportes tradicionais e, digitalizando-se, mergulham na rede hipermidiática.

Nesta linha de raciocínio, podemos pensar que existem na hipermídia várias possibilidades de disponibilização dos conteúdos

digitalizados, sendo possível, inclusive, experimentar a criação de novos produtos midiáticos. Sendo assim, virtualmente existem práticas, processos e novas plataformas a serem atualizadas. André Lemos, conforme citado por Silva Júnior, defende que a hipermídia é uma “incubadora midiática”, posto que ela se torna um ambiente que favorece novas formas de mídia e adapta as antigas formas midiáticas.

Utilizamos, quando conectados à rede, diversas mídias: conversamos em um chat, navegamos na Web, ouvimos rádio ou assistimos TV, trocamos e-mails, participamos de newsgroups, enviando um vídeo... E tudo ao mesmo tempo. Nesse sentido proponho que a Rede seja vista como uma “Incubadora Midiática”, um ambiente propício à proliferação de novas formas midiáticas (RV, por exemplo) bem como a adaptação das antigas formas dos mass-media. A Rede, como o próprio nome indica, é um ambiente entrelaçado (rizomático) permeado de instrumentos de comunicação (as diversas mídias). Ela é mais uma gestadora de mídias, uma incubadora de instrumentos de comunicação do que uma mídia em sentido clássico. (LE-MOS apud SILVA JÚNIOR, 2001)

Tem-se, agora, que o debate acerca da hipermídia extrapola a dimensão que tivemos em princípio. É correto afirmar que a convergência entre os diversos suportes ou veículos de comunicação responde a uma parte da problemática da hipermídia, mas temos uma precisão maior na concepção do termo quando enfocamos, também, a idéia de multiplataformas de disseminação de conteúdo, o que se torna possível devido à digitalização. A digitalização, ou seja, a transformação da informação em linguagem binária, ou seja, sob forma de seqüências lógicas e numéricas de 0 e 1, permite a associação na mesma mídia de tipos de informações multimodais.



Figura 2 – *Alusão à hipermídia. Fusão de hipertexto com multimídia ou informação digitalizada e disponibilizada em várias plataformas?*

Importante observar, ainda, já que falamos em hipermídia, a posição de Lévy (1999) acerca do que seja a multimídia. Diferentemente do que se possa significar em início, ou seja, aquilo que emprega diversos suportes ou diversos veículos de comunicação, o termo refere-se, atualmente, ao que o autor afirma serem duas tendências principais dos sistemas de comunicação contemporâneos, que são a multimodalidade e a integração digital. Há uma ruptura com a concepção de multimídia presente no senso comum.

Sendo assim, o autor defende que “seria muito mais correto, do ponto de vista lingüístico, falar de informações ou de mensagens multimodais, pois colocam em jogo diversas modalidades sensoriais (a visão, a audição, o tato, as sensações proprioceptivas)” (LÉVY, 1999, p. 63). Dessa forma, valendo-se das críticas à pretensa multimídia encontrada nos CD-ROMs, o autor prefere ser rigoroso ao defini-los como documentos multimodais interativos de suporte digital ou, hiperdocumentos, situando essa idéia muito mais de uma “unimídia” que de multimídia.

Com relação à integração digital, Lévy coloca o enfoque de multimídia no sentido de movimento geral de digitalização. Neste

ponto observa-se, além da integração de todos os signos em um mesmo suporte, mas uma mesma rede digital que suporte o tratamento, processamento e disponibilização de informações. É uma “confluência de mídias separadas em direção à mesma rede digital integrada” (LÉVY, 1999). Sendo assim, para o autor

A palavra multimídia, quando empregada para designar a emergência de uma nova mídia, parece-me particularmente inadequada, já que chama atenção sobre as formas de *representação* (textos, imagens, sons etc.) ou de suportes, enquanto a novidade principal se encontra nos *dispositivos informacionais* (em rede, em fluxo, em mundos virtuais) e no *dispositivo de comunicação* interativo e comunitário ou, em outras palavras, em um modo de relação entre as pessoas, em uma certa qualidade de laço social. (LÉVY, 1999, p. 65-66)

Para concluir este tópico, devemos ainda encaixar o jornalismo contemporâneo neste estado de coisas atual. Mergulhado no ciberespaço, os processos comunicacionais inaugurados no ambiente online podem muito bem atualizar o conceito de hipermídia. Para Silva Junior (2001), podemos conceber a hipermídia como ações ou produtos comunicativos que, de alguma forma relacionam-se em sua cadeia de produção, tratamento ou disseminação com os recursos tecnológicos disponíveis da estrutura técnica do ciberespaço.

O uso de sistemas publicadores para disponibilização, gerenciamento e atualização de notícias, o uso de bancos de dados e de linguagens de programação, a digitalização de signos tradicionalmente suportados por outras mídias, a disseminação de informações em multiplataformas graças à digitalização e todos os novos processos comunicacionais resultantes deste novo estado de coisas devem estar agregados ao repertório daquele que deseja conhecer algo mais acerca da hipermídia.



## Capítulo 3

# ***Links e lexias na narrativa webjornalística***

*O fator inovador está relacionado com a forma de organização (lexias) e formatação (interconexão) da informação.*  
(Luciana Mielniczuk)

A escrita na hipermídia virtualiza relações distintas daquelas estabelecidas pelo autor do texto impresso com suas opções de tratar e disponibilizar a mensagem. As opções de escrita também são potencializadas. Uma vez digitalizados, texto, imagem, áudio, animação, infográficos multimídia podem ser disponibilizados por meio de hipertextos em diversas plataformas e atualizados por aquele que nelas navega. O webjornalismo inserido nesta virtualidade oferece diferentes modos de produção para a notícia e várias são as possibilidades tecnológicas proporcionadas pela hipermídia para disponibilização e acesso a ela. Dentro desta vastidão de novas possibilidades, o webjornalista figura como o arquiteto de um fluxo contínuo e crescente de informações e formas de disponibilização delas. O sucesso de uma produção em hipermídia depende da manutenção de todas as informações que se deseja disponibilizar em harmonia, tal qual o regente de uma orquestra. Um movimento errado e a música transforma-se em

ruído. O processo de produção webjornalística deve ser, antes de tudo, a organização da complexidade.

No caso da hipermídia, o que define a trama do tecido *complexus* é que este se forma através de um jogo circular onde os binômios ordem/desordem, acaso/determinação, interação/retroação se conjugam de forma infinita e simultânea. (...) Dessa forma, a simplicidade e a clareza são elementos constitutivos, pontes de passagem para uma complexidade maior. Um sistema hipermidiático tem como fundamento a articulação, a organização da complexidade. (LEÃO, 2005, p. 64)

Cada unidade de informação em um hipertexto é chamada de *lexia*, conforme já apresentado anteriormente. As diversas *lexias* sozinhas representam partes de um todo estruturante que é o hipertexto. Para que elas se combinem e revelem o sentido que, logicamente estruturadas, vão revelar, deve haver um elemento de ligação entre todas elas. A este elemento de ligação damos o nome de *link*. Ele aparece como um vínculo eletrônico que liga as diversas *lexias*.

A narrativa webjornalística, desta forma, constrói-se por meio da interconexão por meio de *links* de diversas *lexias*, pois a hipermídia possibilita a coexistência de textos, sons, imagens, enfim, de tudo aquilo que possa ser digitalizado e apresentado como informação em uma mesma tela. Para os webjornalistas, então, emerge a necessidade de aprender a escrever com *links* e *lexias*, pois somente desta maneira pode-se constituir uma retórica própria ao jornalismo na web. O *link* é o elemento realmente inovador apresentado pelo hipertexto em suporte digital.

O *topói* genético do uso de *links* apresenta-se em sistemas hipertextuais de suporte impresso, como enciclopédias, dicionários, e mesmo a evolução da editoração promoveu a inserção de marcas dentro de livros que desviam a seqüência tradicional da leitura por meio de índices, notas de rodapé e referências bibliográficas. No jornal impresso, pode-se pensar em uma quebra na

ordem seqüencial de leitura quando consideramos os elementos paratextuais como manchetes, coordenadas, destaques da página principal, quadrinhos, enfim, os diversos blocos de informações a ser acessados. Podemos mesmo pensar uma biblioteca como um grande sistema hipertextual, com seus códigos e procedimentos de localização de obras. O que a digitalização das informações em um ambiente hipermidiático traz de novo, a ser agregado ao repertório da narrativa webjornalística, é a instantaneidade no acesso à leitura desejada. Diferentemente da manipulação direta e demorada de índices em livros, os sistemas digitais oferecem a simplicidade, rapidez e eficiência do clicar em um *link*.

Trabalharemos, neste capítulo, essencialmente com a proposta teórica de Luciana Mielniczuk, professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria. Ela defende que o *link* é o elemento realmente inovador apresentado pelo hipertexto em suporte digital. O *link* seria, dessa forma, o principal elemento do hipertexto, capaz de estruturar a narrativa multilinear que ele proporciona.

### **3.1 O *link* como inovação na notícia em hipermídia**

Sabe-se que o hipertexto não é realmente o elemento de ruptura do jornalismo produzido na web. Podemos compreender como hipertextual a consulta em enciclopédias, dicionários, livros e em interfaces que possuem a impressão como tecnologia. Lévy (1993) chega mesmo a afirmar que o hipertexto retoma e transforma antigas interfaces da escrita. Tomando os meios impressos como exemplo, temos que páginas de títulos, cabeçalhos, sumários, notas e todos esses recursos paratextuais integram-se em uma estrutura sistemática, proporcionando certo rompimento da seqüência linear de leitura tradicional. Todas estas inovações romperam com a forma tradicional de escrita e de assimilação do saber. Para Lévy (op. cit), essa interface apresentada pela forma impressa

possibilitou uma relação com o texto e com a escrita totalmente diferente da que fora estabelecida com o manuscrito: possibilidade de exame rápido do conteúdo, de acesso não linear e seletivo ao texto, de segmentação do saber em módulos, de conexões múltiplas a uma infinidade de outros livros graças às notas de página e às bibliografias. (LÉVY, op. cit., p. 34)

No ambiente digital, todavia, opera-se a potencialização do hipertexto. Não é o acesso não linear ou a coexistência de textos, imagens e sons numa mesma tela que trazem a inovação do hipertexto digital. São os *links* que proporcionam esta inovação (MIELNICZUK, 2001). Eles estruturam as conexões múltiplas nos hipertextos, fornecem os caminhos possíveis de navegação, aproxima as diversas lexias e atuam como fios condutores dos percursos virtualmente disponibilizados. Apontando para lexias dentro do mesmo hipertexto ou para outros hipertextos externos, os *links* apresentam opções possíveis de navegação interativa na web.

O hipertexto utilizado no ambiente das redes telemáticas vai permitir em uma mesma tela a coexistência de textos, sons e imagens, tendo como elemento inovador a possibilidade de interconexão quase instantânea através de *links*, não só entre partes de um mesmo texto, mas entre textos fisicamente dispersos, localizados em diferentes suportes e arquivos integrantes da teia de informação constituída pela Web. (MIELNICZUK, 2001)<sup>1</sup>

Ora, se os *links* estruturam os hipertextos conferindo-lhes a organização necessária, podemos também estender essa idéia para a narrativa da notícia no webjornalismo, já que ela é produzida e apresentada no formato hipertextual. O *link* é também essencial para a estruturação da narrativa jornalística neste formato, pois

---

<sup>1</sup> Citação extraída de artigo *online*. Disponível em:  
<[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_linkparatextual.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_linkparatextual.pdf)>

funciona como elemento responsável pela organização da informação. A ruptura, no formato de notícia hipertextual, seria o uso efetivo do *link* na narrativa do fato jornalístico.

A justificativa de ser o *link* o elemento inovador do hipertexto encontra-se, de acordo com Mielnickuz (op. cit.), em duas características inerentes a ele: a multimídia e a intertextualidade.

Apresentando a multimídia como “utilização concomitante de códigos de várias mídias”, a autora lembra que este fato não é inédito e está presente na televisão, por exemplo. Seja em qualquer tipo de código a ser apresentada, a informação digitalizada impõe como inovações a sua forma de organização, por meio de leixas, e de interconexão. A intertextualidade, característica não exclusiva do hipertexto, por sua vez é potencializada pelo *link* como recurso técnico. Esta potencialização configura a novidade trazida pelo *link*.

O uso efetivo dos *links* como recurso narrativo, todavia, é bastante limitado nos webjornais. As práticas de escrita em sites de notícias mostram que os jornalistas, além de muitas vezes despreparados e desconhecendo as potencialidades e características do meio que estão utilizando, não sabem o que fazer com o *link*. Banaliza-se um elemento de ruptura com a narrativa jornalística tradicional. Esta é a conclusão que Barbosa (2002) apud Mielniczuk (2004) chega após analisar os portais de notícias UAI (<http://www.uai.com.br>) e iBAHIA (<http://ibahia.globo.com>). Mielniczuk (op. cit.) comenta que “seriam necessários estudos aprofundados sobre as várias formas de estruturar as diferentes narrativas que cabem num webjornal, assim como conhecer muito bem as funções do *link* para aplicá-lo, de maneira efetiva, de acordo com as potencialidades da web”.

Com a intenção de descobrir algumas das possíveis funções dos *links* na narrativa webjornalística devemos analisar um destes estudos, apontado e trabalhado pela autora, que apresenta o *link* como elemento paratextual. Na concepção dela, os paratextos seriam os textos que acompanham, envolvem, delimitam o texto principal. Sendo assim, títulos, nome do autor, edição, prefácios

e ilustrações são exemplos de paratextos. Pode-se mesmo dizer que qualquer texto, seja em livro, jornal ou na tela, é envolvido por um paratexto. Este seria “um discurso transtextual o qual permite ao texto manifestar-se publicamente como exemplar de uma série e de inserir-se em uma situação de comunicação definida” (GOUAZÉ *apud* MIELNICKUZ, 2001).

O *link* como paratexto teria, então, de acordo com a autora supracitada, as funções de fazer uma apresentação do texto principal, de ser o elemento de negociação (transação) entre o leitor e o texto, de realizar a transição entre o mundo do leitor e o mundo do texto. Do exposto, deve-se acentuar, ainda, que talvez o *link* não seja o único elemento paratextual da narrativa webjornalística, mas é o que se apresenta em maior evidência na fase atual do jornalismo na web, qual seja, o Webjornalismo de Terceira Geração.

### 3.2 Tipologia de *links* no webjornalismo

A narrativa webjornalística, concordando com o exposto até agora, estrutura-se por meio de *links*. Cabe agora estabelecermos modelos de análise dessa “linkaria” (GUNDER, 2002). Esta autora sugere o debate acerca das diferentes categorias de *links* existentes e de suas funções na estrutura da narrativa. Sendo assim, abre-se espaço para uma análise e descrição dos *links*. Não somente Gunder, mas alguns estudiosos dedicam-se ao estudo da “*linkologia*”. Dentre eles, podemos destacar McAdams (2002), Leão (2005), Trigg (2002) e Mielniczuk (2005).

McAdams (*op.cit.*), por exemplo, fornece dez regras para a utilização dos *links* dentro da notícia hipertextual. Dentro desta perspectiva, ela apresenta ainda o que sejam os *links* ruins (*bad links*). Vejamos as dez regras propostas pela autora:

1. Give the user choices: Offer more than one *link* on each page.

2. Do not use similar phrases to *link* to different pages (i.e., “Who We Are” *linked* to a staff photo page and “About Us” *linked* to a company profile). Do not create **False Twin Links**.
3. If you must *link* to the same thing more than once on a single page, use very similar text or the same graphic for each of the *links*. Do not create **Non-Identical Twin Links**.
4. Unless you are creating a comprehensive directory, do not offer users a lot of similar options; be selective. **Do an editor’s job**: Choose the best and eliminate the rest.
5. Do not give users too many options, even dissimilar ones. Again – do an editor’s job by eliminating the less important *links*.
6. Do not hide or “bury” *links* to pages to which many users will want access (such as “How to Order” or “References”). **Anticipate** the users’ goals and desires, and prioritize.
7. Avoid irrelevant, extraneous, or unnecessary *links*. They burden users and make your site seem less useful.
8. Do not **send users away** from your site without a good reason. The page you send them to should be relevant, excellent, and not like anything you could (or do) offer on your own site.
9. Write the *link* text to give a reasonable expectation of what the *link* will deliver. Do not create **Mystery Links** or **Trick Links**.
10. Never use the phrase “click here.” It does not tell users anything.  
(MCADAMS, 2002)<sup>2</sup>

<sup>2</sup> “1. Dar escolhas ao usuário: oferecer mais de um *link* em cada página;

Tais considerações devem ser analisadas quando se pensa em objetividade no jornalismo. O roteiro proposto por McAdams oferece um referencial de orientação para o webjornalista criar os *links* dentro da narrativa da notícia. *Links* que remetem à informações indesejadas, ou mesmo que remetem à lugar nenhum, como observa-se recorrentemente em alguns portais de notícias, produzem um efeito indesejável no leitor. Mesmo a credibilidade do veículo compromete-se neste momento. *Links* falsos, misteriosos ou que induzam o leitor a perder-se no ciberespaço comprometem a seqüência lógica da narrativa. A prática de seleção (e omissão) e apresentação (e ordenação) da informação constitui a situação em que a objetividade deve ser aplicada.

A word, a phrase, a sentence, an image – whatever its form, the *link* provides a portal to another place. The *link* may give the reader a clear idea of what that place will be like, or it may seem very obscure (depending on the

2. Não use frases similares para remeter (*link*) a *sites* diferentes (i.e., “Quem somos” relacionado a uma página com as fotos da equipe e “Sobre nós” relacionado ao perfil da empresa). Não crie Falsos *Links* Gêmeos; 3. Se você precisa remeter (*link*) à mesma coisa mais de uma vez em uma única página, use um texto muito similar ou o mesmo padrão gráfico para cada um dos *links*. Não crie *Links* Gêmeos Não-Indênticos; 4. Não ser que você esteja criando um diretório abrangente, não ofereça aos usuários muitas opções similares; seja seletivo. Faça o trabalho de um editor: escolha a melhor e elimine o resto; 5. Não dê aos usuários opções demais, até mesmo que elas sejam diferentes. Novamente – faça o trabalho de um editor, eliminando os *links* menos importantes; 6. Não esconda ou deixe encobertos os *links* para páginas que muitos usuários vão querer acessar (tais como “Como Organizar” ou “Referências”). Antecipe as metas e desejos dos usuários e faça deles suas prioridades; 7. Evite *links* irrelevantes, estranhos ou desnecessários. Eles sobrecarregam os usuários e fazem seu *site* parecer menos útil; 8. Não mande os usuários embora do seu *site* sem uma boa razão. A página para a qual você os remete deve ser relevante, excelente e diferente de qualquer coisa que você oferece em seu próprio *site*; 9. Escreva o texto do *link* a fim de criar uma expectativa razoável acerca do que o *link* irá apresentar. Não crie *Links* Misteriosos ou *Links* Falsos; 10. Nunca use a frase “click aqui”. Ela não diz nada aos usuários.”

Citação extraída de artigo *online*. Disponível em:  
<<http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/index.html>>.

*link* itself and on the individual reader). The reader asks, “Should I risk it?” Each time readers follow a *link*, they face disappointment, surprise, reward, disorientation”. (MCA-DAMS, 2002)<sup>3</sup>

Nesta exposição de propostas, a autora fala em quatro tipos de *bad links*. Um primeiro tipo corresponde aos chamados “falsos *links* gêmeos” (false twin *links*). São dois *links* com termos similares, levando a acreditar que eles guiarão para a mesma coisa, mas não o fazem. Outro tipo acha-se sob a rubrica de “*links* gêmeos não-idênticos”. São dois *links* com termos muito diferentes, o que faz parecer que eles levarão para coisas totalmente distintas, quando na verdade apontam para a mesma coisa. Os “*links* misteriosos” são palavras obscuras, geralmente compostas de uma só palavra ou imagem, de forma que o usuário não sabe onde ele vai levar. E, finalmente, existem os “*links* traiçoeiros”, que são definidos por McAdams como sendo aqueles textos ou imagens que levantam uma falsa expectativa ou falham em indicar um resultado fora do ordinário.

Passemos agora a discorrer sobre a tipologia de *links* no web-jornalismo que se defende neste trabalho. Ela foi sugerida por Mielniczuk (2005)<sup>4</sup>. Para ela, os *links* podem ser divididos em três grupos, um deles diz respeito à navegação do produto jornalístico, outro ao universo de abrangência do *link* e o terceiro refere-se ao tipo de informação. Dentro desta última categoria,

<sup>3</sup> “Uma palavra, uma frase, uma sentença, uma imagem – qualquer que seja sua forma, o *link* fornece um portal para outro lugar. O *link* pode oferecer ao leitor a clara idéia de como aquele lugar será, ou poderá parecer muito obscuro (dependendo do próprio *link* e do leitor). O leitor pergunta, “Devo arriscar?” A cada vez que o leitor segue um *link*, ele depara-se com desapontamento, surpresa, recompensa, desorientação.”

Citação de artigo *online*. Disponível em:  
<<http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/index.html>>.

<sup>4</sup> Classificação apresentada no artigo “O *link* como recurso da narrativa jornalística hipertextual”, apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

há uma subdivisão que diz respeito aos *links* que fazem parte da notícia por pertencer à narrativa do fato jornalístico.

Quanto ao recurso de navegação, os *links* podem ser conjuntivos, ou seja, remetem para outra lexia, porém a janela no programa navegador continua a mesma, mudando apenas o conteúdo que aparece na tela. Há ainda, dentro desta classe, os *links* disjuntivos, ou seja, aqueles que, ao remeterem para outra lexia, fazem com que se abra ou uma janela menor ou mesmo outra janela do programa navegador. Correspondendo a esta classificação apresentada por Mielniczuk, Leão (2005) também apresenta os *links* conjuntivos, do tipo “e”, e os disjuntivos, do tipo “ou”.

Os *links* disjuntivos têm sido empregados mais frequentemente e correspondem a situações nas quais, ao ‘clique’ sobre um termo destacado, o usuário é levado para outro ponto do sistema. Os *links* conjuntivos são bem interessantes de serem usados, pois levam a uma experiência de simultaneidade. Quando se programa um *link* do tipo *pop up viewer*, por exemplo, ao ‘clique’ na *hotword* surge uma definição em uma pequena janela que se sobrepõe à tela que estava sendo lida. (LEÃO, 2005, p. 31)

Voltando à tipologia sugerida por Mielniczuk, podemos ainda classificar os *links* quanto ao seu universo de abrangência. Sendo assim, temos os *links* intratextuais, chamados também de internos, já que remetem para lexias dentro do site, e os *links* intertextuais, ou externos, que remetem para lexias fora do mesmo site.

A terceira classe proposta pela autora refere-se ao tipo de informação trazida pelo *link*. Nessa categoria, tem-se o *link* editorial, que pertence ao conteúdo informativo do site, os *links* de serviços, que apontam para serviços oferecidos pelo jornal e os *links* publicitários. Os *links* de serviços podem ser tanto internos quanto externos, e referem-se, em geral, a três variações, ou seja, aqueles serviços produzidos e oferecidos pela publicação, como previsão do tempo, classificados, câmbio, bolsas de valores; serviços oferecidos por outra empresa ou webjornal, o que implica

em ser o *link* de serviço externo, e, ainda, serviços de fórum e chats oferecidos pelo webjornal.

Mielniczuk subdivide a categoria de *link* editorial em seis subcategorias, as quais oferecem níveis maiores de detalhamento acerca da informação. Sendo assim, a autora propõe *links* de detalhamento, de acontecimento, de oposição, de exemplificação, de complementação e de memória.

Os *Links* Editoriais, quando narrativos, podem ainda estar divididos nas seguintes subcategorias, que se referem ao: a) Acontecimento: diz respeito aos principais acontecimentos do fato noticiado; b) Detalhamento: apresenta detalhes sobre o acontecimento; podem ser dados depoimentos ou explicações de especialistas; c) Oposição: quando for o caso, apresentar argumentos de entrevistados ou mesmo dados que contestem informações de fontes oficiais ou de fontes primárias ouvidas; d) Exemplificação ou particularização: ilustra ou explica o acontecimento com exemplos ou casos particulares, apresentando personagens ou casos semelhantes; e) Complementação ou ilustração: oferece dados complementares que possam auxiliar na apresentação e compreensão do acontecimento; f) Memória: oferece *links* que remetem ao arquivo de material já disponibilizado sobre o mesmo assunto ou assuntos correlatos. (MIELNICZUK, 2005)<sup>5</sup>

O fato de o *link* estar tipificado em uma destas categorias não impede que não haja o concurso de tipos. Ou seja, um *link* editorial oposição pode ser também externo. Um *link* publicitário pode remeter diretamente ao site da empresa anunciante, assim como um *link* de serviço também pode ser interno ou externo, conjuntivo ou disjuntivo. “As classificações mapeadas não fazem com que as categorias sejam excludentes entre si: o mesmo *link* pode

<sup>5</sup> Citação extraída de artigo *online*.

Disponível em: <<http://sec.adaltech.com.br/intercom/2005/resumos/R1441-1.pdf>>.

ser enquadrado em ‘rótulos’ diferentes de forma simultânea” (MIELNICZUK, op. cit.).

A julgar pelo exposto até aqui, pode-se incitar uma provocação teórica acerca da narrativa no webjornalismo. Com tantos níveis, tantas portas abertas a detalhamento da informação, tantas possibilidades de disponibilização e acesso, agregados à memória acumulativa, uso de softwares, multimidialidade e interatividade, deve-se investigar os processos de estruturação da narrativa, de produção, uma vez que o hipertexto, lidando com informação digitalizada, reinventa a redação de notícias. Estas considerações mais detalhadas acerca da narrativa webjornalística serão estudadas no capítulo seguinte.

## Capítulo 4

# Narrativa webjornalística: considerações sobre pirâmide deitada e infografia

Pensar em narrativa em jornalismo nos remete, em primeira instância, a admitir válido um modelo de redação de notícias consagrado pela imprensa brasileira. Tradicionalmente, a técnica da pirâmide invertida é, por excelência, o padrão adotado para narração dos fatos jornalísticos. Seja em meio impresso, rádio, televisão e mesmo na Web, é a técnica consagrada e recorrente. “Falar de jornalismo é falar da pirâmide invertida, uma técnica de redação fundamental, mas que tem levantado grandes polêmicas no meio profissional e acadêmico” (CANAVILHAS, 2006).

Por pirâmide invertida pode-se entender a técnica de redação da notícia que segue uma estruturação hierarquizada de apresentação dos fatos. Primeiro expõe-se o mais importante, os fatos principais, que encabeçam o texto em um parágrafo curto e objetivo, chamado de *lead*. A palavra vem do inglês, e significa conduzir, comandar, guiar. Sendo assim, a parte mais importante deste modelo piramidal encontra-se concentrada neste parágrafo guia. Logo após vêm o parágrafo que explica e exemplifica o

*lead*, seguido por mais parágrafos de contextualização e material menos importante.

Os fatos principais encabeçam o texto; vêm, em seguida, os fatos de importância intermediária; e o final do texto comporta, apenas, informações que, de nenhum modo, alteram a compreensão da notícia. De certo modo, a regra a observar é contrária à que se emprega nos textos literários, onde o escritor se lança com toda a alma no final do livro, fechando-o no clima de tensão mais alto da obra. (AMARAL, 1978, p. 65)

A técnica da pirâmide invertida surge no cenário da Guerra da Secessão, nos Estados Unidos, com o advento da nova tecnologia de transmissão de dados proporcionada pelo telégrafo. Como a transmissão ocorria por meio de cabos sustentados por postes, estes eram alvos facilmente e estrategicamente atingidos nos combates de guerra. Sendo assim, a transmissão falhava muito e era interrompida. Para que os jornalistas correspondentes da guerra pudessem enviar com sucesso suas matérias para os jornais, estabeleceu-se que cada um deveria enviar um parágrafo por vez. Desta forma, passou-se a pensar na notícia como uma ordenação hierarquizada da informação, na qual o primeiro parágrafo corresponde ao mais importante da narrativa, e deve responder às perguntas: O que? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê? Desta forma, garantia-se que as informações mais importantes chegariam com sucesso às redações dos jornais. Os demais parágrafos ofereciam níveis de maior detalhamento da informação, mas o essencial estava no primeiro parágrafo. (CANAVILHAS, 2006; AMARAL, 1978).

Há, então, ao menos duas razões para o uso da pirâmide invertida. Um primeiro é o espaço para edição da notícia. Um segundo reside na relação que se estabelecerá com o leitor. Se o redator conseguir manter o leitor atento às primeiras linhas da notícia, já consegue seu objetivo de informar, posto que o *lead* é a notícia.

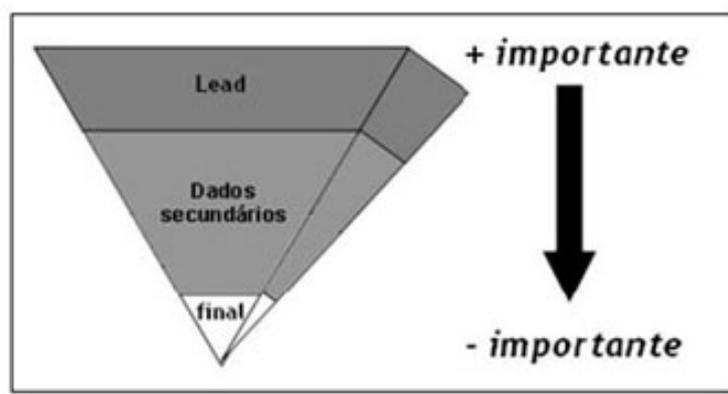


Figura 3 – A pirâmide invertida. Note-se a ordem hierárquica das notícias estruturadas de acordo com o grau de importância dado a ela pelo jornalista.

#### 4.1 A pirâmide invertida no webjornalismo

O advento do jornalismo na web e suas rupturas em relação ao modo de conceber e escrever a notícia e ao espaço ilimitado fomentou o debate acerca da adoção da técnica em webjornais. Ora, se o que se quer com a pirâmide invertida é efetuar o controle do espaço físico disponível em uma publicação impressa previamente diagramada, e ter nas primeiras linhas do texto um resumo daquilo que a notícia irá apresentar mais a frente com mais detalhes, a técnica é deveras eficaz. Se o gerenciamento do espaço fosse o único motivo para que se adote a pirâmide invertida como modelo de redação, a web oferece uma capacidade quase infinita de armazenamento de informações e o problema do espaço não mais existe. Além do mais, o hipertexto como tecnologia permite a escrita não-linear, e os *links* possibilitam que o leitor construa percursos de leitura de acordo com interesses pessoais. Interatividade, multilinearidade e personalização oferecem a quebra da hierarquização da notícia.

O que se constata, todavia, é ainda uma presença muito marcante e influente do texto escrito e das técnicas de redação de jor-

nais impressos na web. Canavilhas (2006) expõe três motivos para esta existência conjunta de técnicas e práticas no ambiente digital. A primeira refere-se a questões de tecnologia de transmissão de dados pela Internet. Por mais difundida que estejam as conexões em banda larga, que possibilitam um fluxo muito maior de dados e, conseqüentemente uma maior velocidade no acesso aos sites da web, seu uso ainda não está consolidado e as conexões do tipo *dial up*, que utilizam a linha telefônica, são as mais comuns, diminuindo exponencialmente a velocidade de transmissão. As publicações *online*, então, apostam no texto verbal escrito porque o tempo de *download* é bem menor para acessos em baixa velocidade. Outro motivo remete-nos a fase da transposição que viveu o webjornalismo. A editoração eletrônica, no final da década de 80, havia se generalizado entre a imprensa escrita. Sendo assim, os textos digitalizados migravam para os sites das empresas jornalísticas, uma vez que, nesse formato, são facilmente transpostos para a web. Por fim, podemos verificar as dificuldades econômicas para investimento em tecnologias de disponibilização das notícias, apesar de que o uso de sistemas publicadores e tecnologias na web difundem-se e agregam-se às práticas das redações dos webjornais atualmente. Desta forma, foi com alguma naturalidade que o jornalismo na web se desenvolveu num modelo muito semelhante ao do jornalismo escrito, absorvendo, inclusive, a técnica de redação da pirâmide invertida.

Ao trabalhar-se com a idéia de narrativa jornalística em hipertexto, deve-se levar em consideração que esta pode utilizar as potencialidades oferecidas pela web na narração do fato jornalístico. Estas características irão alterar, ou instigar a mudança de paradigma acerca do modelo narrativo tradicional, fundamentado na técnica da pirâmide invertida. Seguindo esta concepção, deve-se lembrar do que trata Mielniczuk (2002) acerca da interferência das características da hipertextualidade, multimidialidade e instantaneidade na perspectiva da escrita e apresentação do texto, e da interatividade e personalização sob a perspectiva da leitura.

Pensemos, primeiramente, nas modificações que o hipertexto

produz no âmbito da escrita e da apresentação do texto. Interferem neste caso, três características do webjornalismo: a hipertextualidade, a multimídia e a instantaneidade. A hipertextualidade permite uma apresentação multilinear da informação por meio dos blocos de texto, ou lexias, interconectados por *links*. A notícia passa a ser apresentada de maneira mais fragmentada, conforme já discutido anteriormente. Mesmo que no jornal impresso as notícias possam ser divididas em blocos, a forma de apresentação confere uma seqüencialidade a elas. Podem se dividir em várias matérias, mas serão apresentadas lado a lado na mesma página do jornal. No hipertexto, propõe-se uma leitura multiseqüencial das notícias. A fragmentação no webjornal é acentuada pelo fato de os textos serem, geralmente, bem menores do que no impresso, não passando, por vezes, do tamanho de uma tela, ou seja, cada unidade de informação deve ser tão extensa quanto os limites visuais de uma tela de computador, para que o leitor não seja obrigado a utilizar a barra de rolagem.

Ainda considerando esta ruptura com o modelo narrativo predominante na mídia impressa em termos de escrita e apresentação do hipertexto, deve-se atentar para a característica da multimídia. Lidamos com células informativas autônomas (Salaverría, 2001) que podem assumir diversos formatos de apresentação da informação, uma vez que esta se encontra digitalizada e pode ser tratada por meio de softwares informáticos. Como os blocos de texto podem ser compostos polifônicos, multivocais, cada um deles deve manter uma posição de equilíbrio com o outro. Sons, imagens, animações, textos escritos disputam, equitativamente, seu lugar na hierarquia dos elementos que compõem a narrativa da notícia no webjornal. Mielnickuz (2002) afirma que, com a multimídia, ao contrário do que acontece na Pirâmide Invertida, onde o mais importante está no topo, no hipertexto as informações estão lado a lado, figurando como equivalentes em relação ao grau de importância a ela atribuído e ocupando um espaço tridimensional e nem sempre visível na tela, com outras informações.

O grau de importância será revelado pelo percurso interativo do leitor pela webnotícia, ao clicar nos *links* e abrir os portais pelos quais ele deseja atravessar. Salaverría (op. cit.) comenta que uma mesma informação pode aparecer decomposta em várias unidades textuais e infográficas em sentido pleno, como a narração aliada a uma descrição gráfica e a textos que ajudem a explicar a notícia.

El esquema de una noticia conformada según estos nuevos criterios ya no cabría representarlo como una estructura cerrada, sino como un conjunto de elementos interconectados mediante el hipertexto y cuyas partes vendrían dictadas por el acontecimiento informativo comunicado en cada caso. Respondería, en definitiva, a lo que en algún medio digital hispano ya han dado en denominar células informativas. (SALAVERRÍA, 2001)<sup>1</sup>

A instantaneidade, apontada também como característica que interfere no processo de produção da notícia e, conseqüentemente, na forma de narrá-la. A contínua atualização por que pode passar um hipertexto, podendo nele ser inserido quantas unidades de informação forem desejadas, viabiliza o seu crescimento constante. Sempre que um novo fato relevante for anunciado e apurado pelo jornalista, ele pode ser acrescentado à notícia já publicada, desdobrando-se em vários ângulos de cobertura, em diversos níveis, os quais serão organizados pelo redator. Sendo assim, nota-se que a narrativa webjornalística pode estar em constante construção e mutação.

<sup>1</sup> “O esquema de uma notícia formada segundo estes novos critérios não combina ser representado como uma estrutura fechada, mas como um conjunto de elementos interconectados mediante o hipertexto e cujas partes viriam ditadas pelo acontecimento informativo comunicado em cada caso. Responderiam, definitivamente, ao que em algum meio digital hispânico já haviam dado a denominar células informativas”. Citação extraída do artigo “De la pirâmide invertida al hipertexto”. Disponível online em: <<http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm>>. Tradução nossa.

Deslocando-nos para a perspectiva da leitura da webnotícia, temos que a interatividade e a personalização garantem modificações no modelo consagrado de narrativa jornalística. Em verdade, a potencialização da interatividade leva à personalização, como lembra Mielniczuk (2002). “Partindo para a segunda perspectiva, a perspectiva da leitura, as características do webjornalismo que interessam são a interatividade e a personalização. Ambas estão fortemente relacionadas, pois é a partir da primeira que se obtém a segunda”.

Ao navegar pela webnotícia, o leitor atualiza a característica da interatividade a cada clicar em um *link* correspondente à célula informativa que deseja ler. Essa série de percursos interativos compõem uma narrativa individualizada para o leitor. Sendo assim, o leitor participa da autoria da narrativa jornalística na medida em que detém o poder de escolha do caminho, por quais leixas ele deseja seguir, para atingir seu destino particular e atender suas necessidades de informação.

Isto posto, pode-se dizer que o jornalista não é mais o único a determinar o que é o mais importante na narrativa do fato jornalístico (fato que ocorre na hora de escrever o texto e apresentá-lo no formato da Pirâmide Invertida). A participação do leitor nesta escolha cresce e ela passa a acontecer com maiores possibilidades – comparativamente com o impresso – na hora da leitura, da navegação pelo hipertexto. (MIELNIKZUC, 2002)<sup>2</sup>

Canavilhas (2006) ao defende que, para além da técnica da pirâmide invertida, as potencialidades do hipertexto podem ser aproveitadas na narrativa webjornalística. O autor admite que o uso da pirâmide invertida como recurso redacional das notícias acaba limitando o webjornalismo ao privá-lo da adoção de uma arquitetura de notícias aberta e de livre navegação.

<sup>2</sup> Citação extraída do artigo “A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo: tema para debate”, de Luciana Mielniczuk. Disponível *online* em: <<http://hdl.handle.net/1904/1884>>

Nas edições *online* o espaço é tendencialmente infinito. Podem fazer-se cortes por razões estilísticas, mas não por questões espaciais. Em lugar de uma notícia fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimédia organizados em camadas de informação. (CANAVILHAS, 2006)<sup>3</sup>

Vale ressaltar, todavia, que para aquelas notícias comumente chamadas de “Notícias de Última Hora” o formato da pirâmide invertida mostra-se válido. Tais narrativas atendem à característica do imediatismo demandado pelos meios *online*, e configuram-se em pequenos textos, com abordagem bastante concisa, o que os confere o atributo de registros de acontecimento. Com o uso da pirâmide invertida, mesmo restringindo o limite de espaço e atribuindo importância a determinado ângulo de cobertura do fato jornalístico, o *lead* funciona como atrativo para a navegação do leitor na notícia. Já para reportagens maiores, tal recurso se mostraria ineficaz pelos motivos já expostos até então.

## 4.2 A pirâmide deitada

Estruturar uma notícia na web implica em organizar um número virtualmente ilimitado de possíveis elementos multimídia que a compõem, além de definir as ligações internas entre eles. Desta forma, como os meios *online* permitem a existência de diversas estruturas hipertextuais, cada informação, dependendo dos elementos disponíveis para sua composição e distribuição, reivindicará para si uma lógica estrutural particular. Mesmo assim, independentemente do tipo de estrutura utilizado, pode-se perceber

<sup>3</sup> Citação extraída do artigo “Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada”. Disponível *online* em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>.

um afastamento do recurso da pirâmide invertida para narrativas webjornalísticas mais complexas.

Uma pesquisa realizada por Canavilhas (2006) demonstra que os leitores detêm-se nos assuntos até o limite da informação disponível, e para isso eles seguem os *links* e vão penetrando em níveis distintos de informação apresentados pela webnotícia. Não se segue mais a ordem decrescente de valoração da notícia pelo grau de importância atribuído a ela, como na tradição da imprensa escrita, mas navega-se penetrando em portais abertos pelos *links*, que remetem a diferentes níveis da informação, num percurso estabelecido em tempo real de acordo com os interesses do leitor. Sendo assim, chega-se a uma conclusão, de acordo com Canavilhas: que a pirâmide invertida, mesmo sendo eficiente para a redação das notícias de última hora, “perde sua eficácia em webnotícias mais desenvolvidas, por condicionar os leitores às rotinas de leitura semelhantes as da imprensa escrita”.

Ora, se a lógica organizacional parametrada no grau de importância da notícia atribuída pelo jornalista mostra-se ineficaz para o webjornalismo, necessário se faz apresentar um novo modelo redacional para a web. Deve-se pensar em organização da quantidade de informação disponível, em vez de se ater à posição dela dentro da hierarquia rígida da pirâmide invertida. A organização dos fatos pela importância a eles atribuída pelo jornalista não é mais aconselhada para o jornalismo que se pratica em um meio interativo. Sendo assim, a pirâmide invertida não faz mais sentido na web devido à perda da importância da hierarquização das informações. Concordamos com a postura de Canavilhas (op. cit): “se o eixo vertical que vai do vértice superior à base da pirâmide invertida significa que o topo é mais importante que a base, então a pirâmide deve mudar de posição, procurando-se desta forma fugir à hierarquização da notícia em função da importância dos factos relatados”. O que se deve levar em consideração no momento de arquitetar a notícia na web é que a quantidade e a variedade de informações tornam-se as variáveis de referência. A notícia desenvolve-se no hipertexto transformando-se, a partir de um ní-

vel com menos informação, em uma narrativa mais complexa, em níveis mais aprofundados e variados sobre o fato.



Figura 4 – Níveis de informação na webnotícia. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>

Finalmente, Canavilhas chega a uma proposta de modelo narrativo para o webjornalismo: a pirâmide deitada. Ela possui quatro níveis de leitura, quais sejam, a unidade base, que corresponde ao *lead*, e que responderá ao essencial, o nível de explicação, o nível de contextualização e o nível de exploração.

Na unidade base da pirâmide deitada está a essência da informação, ou seja, um *lead* que responde às perguntas essenciais: O quê? Quando? Quem? Onde? Amaral (1978) estabelece a substância e os acidentes do *lead* da notícia. Configuram a subs-

tância da informação as perguntas “Quê?” e “Quem?”, enquanto “Onde?”, “Quando?”, “Como?” e “Por quê?” respondem aos acontecimentos casuais, acessórios. Todavia, vamos seguir o raciocínio de Canavilhas para fins da fundamentação teórica da pirâmide deitada. Sendo assim, a unidade base pode ser, por exemplo, uma notícia de última hora que, dependendo dos acontecimentos, pode desdobrar-se em níveis mais aprofundados de apresentação da informação.

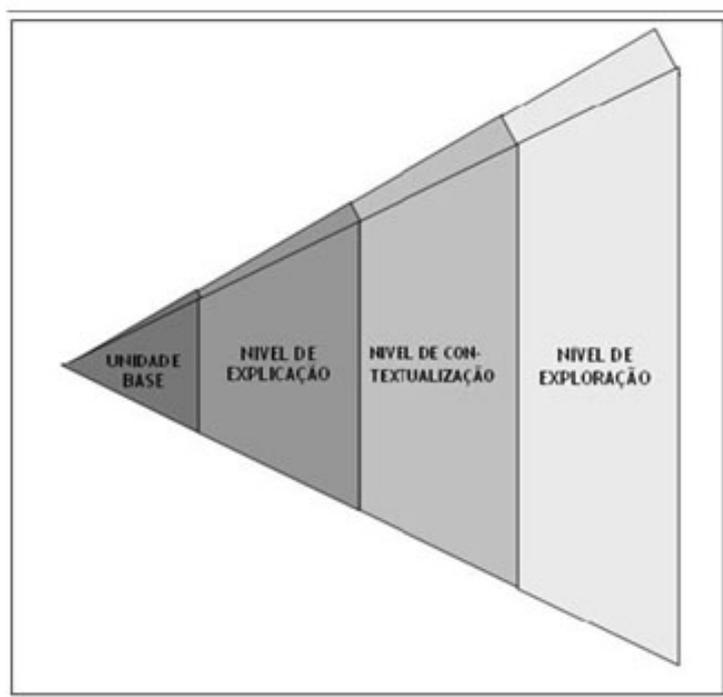


Figura 5 – A pirâmide deitada proposta por Canavilhas (2006).

O nível de explicação responde ao “Por quê?” e ao “Como?”, completando a informação essencial sobre o acontecimento. No nível de contextualização se oferece mais informação, agora em diferentes formatos como som, vídeo ou infografia multimídia. Já o nível de exploração remete a notícia ao arquivo da publicação e a arquivos externos. (Canavilhas, 2006).

Temos, na pirâmide deitada, uma possível ruptura com o modelo tradicional de redação e disponibilização da notícia na web, uma vez que se coloca à disposição do jornalista uma série de novos recursos estilísticos associados a conteúdos multimídia, o que acaba reinventado o webjornalismo e atualizando gêneros jornalísticos na web.

### **4.3 O modelo narrativo da infografia multimídia**

Uma possibilidade de construção narrativa no webjornalismo diz respeito ao uso mais efetivo da mensagem multimídia. Trata-se de um modelo que Ribas (2004a) denomina Infografia Multimídia. Considera-se haver um modelo composto de formatação do discurso na web, que possui elementos fragmentados expressados em diversos códigos, formando uma unidade narrativa potencializada pela característica multimídia.

A multimídia da mensagem, como se trata de uma narrativa em hipertexto, congrega características de interatividade e da multilinearidade, carregando ainda, avaliando a postura do leitor ao navegar pelo infográfico digital, a personalização, visto que ocorrem escolhas de caminhos individuais na ação interativa de navegação. Sendo assim, ressalta-se que a infografia multimídia pode fazer uso, na construção da narrativa, das seis características do webjornalismo (Palácios, 2002): a multimídia, a interatividade, a personalização, a hipertextualidade, a memória e a atualização contínua.

Valero Sancho apud Ribas (op. cit.) define a infografia digital, como ele denomina esse modelo narrativo, como um conjunto de informações, na maioria dos casos sucessiva, basicamente visual, mas também audiovisual, realizada mediante unidades elementares icônicas (estáticas e dinâmicas), com o apoio de diversas unidades tipográficas e/ou sonoras, normalmente verbais.

Destaca-se, ainda, o potencial desse modelo narrativo para as notícias de última hora.

Quando de um acontecimento, cria-se um infográfico básico para publicá-lo o mais rápido. Depois, acrescenta-se nesse gráfico, durante todo o dia, informação com mais detalhes, à medida em que os acontecimento vão se desenvolvendo, tornando o infográfico e a narrativa mais complexos. (RIBAS, 2004a)<sup>4</sup>

Não apenas a atualização contínua, mas as demais potencialidades da notícia na web são conjugadas na arquitetura da narrativa jornalística em infografia multimídia. Torna-se, este modelo narrativo, próprio para a produção da webnotícia. A possibilidade de navegação na mensagem construída nesse formato apresenta, mais uma vez, uma ruptura com o modelo de infografia observada nos meios impressos, que se acha numa posição de acessório da informação disponibilizada pelo eixo narrativo principal composto por texto verbal escrito. No webjornalismo, o infográfico digital apresenta, ele mesmo, a notícia, não como acessório, mas como a própria unidade narrativa composta por signos diversos e complementares.

---

<sup>4</sup> Citação extraída de artigo *online*.

Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004\\_ribas\\_infografia\\_multimedia.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimedia.pdf)>.



## Considerações finais

A produção de notícias na web enfrenta um estágio de ruptura e definição de modelos narrativos que levem em consideração as características de hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, personalização e atualização contínua. Algumas experiências editoriais já se manifestam nesse sentido, tentando adotar tecnologias que proporcionem aos jornalistas seguir modelos narrativos que conjuguem tais potencialidades do meio. Ferramentas de publicação potencializam tanto o uso de *links* e quanto a fragmentação da narrativa em células informativas, as quais, logicamente encadeadas, compõem a unidade narrativa da webnotícia.

Produtos jornalísticos *online* brasileiros a exemplo do Último-Segundo<sup>5</sup>, do portal de notícias Terra<sup>6</sup>, e do Folha Online<sup>7</sup> apresentam proposta narrativa tendente à agregar certos elementos da webnotícia, e facilmente encontram-se notícias escritas com *links* que remetem para outros níveis de informação, gráficos animados, vídeos, fotografias e entrevistas em áudio. Mesmo assim, não há definido um modelo próprio para a notícia em hipertexto, até porque o jornalismo na web é uma prática relativamente recente, em contínua mutação e carente de definições teóricas e aplicações práticas.

Outrossim, sabe-se que a tradição da narrativa jornalística em meios impressos, com a técnica de redação de notícias proporcio-

---

<sup>5</sup> <http://www.ultimosegundo.ig.com.br/>

<sup>6</sup> <http://noticias.terra.com.br/>

<sup>7</sup> <http://www.folha.uol.com.br/>

nada pela Pirâmide Invertida, não cabe mais na hipermídia. A lógica de hierarquia da informação em ordem decrescente de importância dos fatos na notícia foi substituída pela prioridade em se organizar um fluxo crescente de informações, que parte de um nível de menor quantidade de dados, os quais respondem basicamente às perguntas “O quê?”, “Quem?”, “Quando?” e “Onde?”, para outros níveis mais aprofundados de especialização dos fatos, os quais se alcançam com a navegação pela webnotícia por meio dos *links*. Sendo assim, concorda-se com Canavilhas (2006) quando ele afirmar que a pirâmide precisa mudar de posição e tornar-se uma pirâmide deitada, sem graus de hierarquia, mas com os fatos figurando lado a lado para construir a trama narrativa única.

Outro fator que deve ser levado em consideração, à guisa de conclusão, é para o uso efetivo dos *links*, algo que só poderá ser atingido quando os jornalistas aprenderem a escrever narrativas em hipertexto levando em consideração a existência desse elemento novo na narrativa. Uma navegada rápida por alguns dos portais de notícias com sede física em João Pessoa aponta para a quase inexistência de *links* que levem à mais aprofundados níveis de informação acerca da notícia *online*. Nota-se que a narrativa da notícia atende exclusivamente ao modelo da pirâmide invertida e constroem-se as notícias com a mesma lógica estruturante do modelo do jornalismo impresso. A não ser pelos *links* disponibilizados na página principal destes portais locais que apontam para a página onde se encontra a notícia, não se verificam *links* estruturando a notícia, figurando como elemento inerente à narrativa. Encontram-se, na verdade, textos longos, com toda a informação publicada no formato textual. Há, nesse sentido, pouca interatividade na leitura da notícia.

Os portais de notícias locais exploram pouco ou não exploram os recursos de multimídia e de não-linearidade do texto jornalístico proporcionado pelo uso dos *links*. Os portais paraibanos consultados tendem a não acompanhar a evolução tecnológica do webjornalismo, o qual, como já foi dito em vários momentos deste estudo, encontra-se na terceira geração, estágio que procura

utilizar as características ou potencialidades oferecidas ao jornalismo desenvolvido para a web. A tendência em webjornalismo, que é de reinvenção do jornal *online*, acaba se configurando, em nível local, em uma repetição dos modelos seculares.



## Referências bibliográficas

AMARAL, Luiz. *Técnica de jornal e periódico*. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

ARAÚJO, Maria José de Brito *et al.* *Manual de normas técnicas para apresentação de trabalhos acadêmicos*. João Pessoa: Editora Universitária/FUNESA, 2006.

BOLÓS, Concha Edo. *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimídia al hipermídia*. 2004. [online].

Disponível em: <<http://revistas.sim.ucm.es:2004/inf/11341629/articulos/ESMP0101110079A.PDF>>.

Acesso em: 22/04/2007.

BUSH, Vannevar. *As we may think*. 1945. [online]

Disponível em: <[www.erg.be/multimedialab/doc/citations/bush\\_aswemaythink.pdf](http://www.erg.be/multimedialab/doc/citations/bush_aswemaythink.pdf)>.

Acesso em: 04/05/2007.

CANAVILHAS, João. *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. 2006 [online].

Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>

CANAVILHAS, João Messias. *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. 2001. [online].

Disponível em: [http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webbjornal.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webbjornal.html).

Acessado em: 01/09/2006.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 11. ed. São Paulo: Loyola, 2004.

GUNDER, Anna. *Forming the text, performing the work – Aspects of Media, Navigation na Linking*. 2002. [online].

Disponível em: <<http://www.hb.se/bhs/ith/23-01/ag.htm>>

Acesso em: 30/04/2007

HOHLFELDT, Antonio *et al* (Org.). *Teorias da comunicação – conceitos, escolas e tendências*. 5. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

LEÃO, Lúcia. *O labirinto da hipermídia – Arquitetura e navegação no ciberespaço*. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

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

LÉVY, Piérre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Piérre. *O que é o virtual?* São paulo: Editora 34, 1996.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

MCADAMS, Melinda. *Hipertext*. 2002. [online].

Disponível em: <<http://www.press.umich.edu/jep/06-03/McAdams/pages/index.html>>.

Acesso em: 10/05/2007

MIELNICZUK, Luciana. *Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web*. 2004. [online]

Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/handle/1904/17332>>

Acesso em: 20/03/2007

MIELNICZUK, Luciana. *Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual*. 2001. [online]

Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_linkparatextual.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_linkparatextual.pdf)>

Acesso em: 10/03/2007

MIELNICZUK, Luciana. *O link como recurso da narrativa jornalística hipertextual*. 2005. [online]

Disponível em: <<http://sec.adaltech.com.br/intercom/2005/resumos/R1441-1.pdf>>

Acesso em: 05/04/2007

MIELNICZUK, Luciana. *A Pirâmide Invertida na época do Web-jornalismo: tema para debate*. 2002. [online].

Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/1884>>

Acesso em: 01/04/2007

MIELNICZUK, Luciana. *Sistemas publicadores para webjornalismo: MapaLink, um protótipo para produtos de terceira geração*. 2006. [online].

Disponível: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc/2006/lucianamielniczuk2006.doc>>.

Acesso em: 02/05/2007

- MIELNICZUK, Luciana. *Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da escrita hipertextual*. Tese de doutorado. FACOM/UFBA, 2003.
- PALÁCIOS, Marcos. *Hipertexto, fechamento e uso do conceito de não-linearidade discursiva*. 2000. [online]  
Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html>>  
Acesso em: 10/04/2007
- PALÁCIOS, Marcos. *Um mapeamento de características e tendências no jornalismo on-line brasileiro*. 2002. [online].  
Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao2002.htm>>.  
Acessado em: 01/09/2006.
- PALÁCIOS, Marcos. *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate*, 2001.  
Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao.htm>>.  
Acesso em: 03/10/2006
- PINHO, J. B. *Jornalismo na Internet*. Planejamento e produção da informação on-line. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003.
- RIBAS, Beatriz. *Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo*. 2004a. [online]  
Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004\\_ribas\\_infografia\\_multimidia.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf)>  
Acesso em: 09/05/2007
- RIBAS, Beatriz. *Características da notícia na Web – considerações sobre modelos narrativos*. 2004b. [online].

Disponível em: [http://evaldomagalhaes.tripod.com/2004\\_ribas.pdf](http://evaldomagalhaes.tripod.com/2004_ribas.pdf).

Acesso em: 05/03/2007.

RIBEIRO, José Carlos. *Hipertextualidade e Teoria Crítica Contemporânea*. 2002. [online]

Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/18854>>.

Acesso em: 12/05/2007.

SALAVERRÍA, Ramón. *De la pirâmide invertida al hipertexto*. 2001. [online]

Disponível em: <<http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm>>

Acesso em: 20/05/2007

SCHWARZELMÜLLER, Anna. *Sistemas hipermídia facilitando a assimilação da informação*. 2003. [online].

Disponível em: <[http://www.cinform.ufba.br/iv\\_anais/artigos/TEXT06.HTM](http://www.cinform.ufba.br/iv_anais/artigos/TEXT06.HTM)>

Acesso em: 16/05/2007.

SILVA JUNIOR, J. A. *Hipermídia e agências de notícias: o caso da Agência Estado*. 2001. [online]

Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/4382>>

Acesso em: 16/05/2007

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

## Sites

<http://www.clickpb.com.br>

<http://www.wscom.com.br>

<http://www.paraiba.com.br>

<http://www.onorte.com.br>

<http://www.portalcorreio.com.br>

<http://www.ultimosegundo.ig.com.br>

<http://www.folha.uol.com.br>

<http://noticias.terra.com.br>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Bit>