

Um estudo de caso sobre as características hipertextuais do site Jornal do Brasil

Francisco de Assis Fernandes CÂNDIDO¹
Manassés Morais XAVIER²

Resumo

O avanço das tecnologias digitais da informação tem possibilitado a transformação na produção e na circulação de conteúdos jornalísticos, viabilizando o desenvolvimento de novas formas de socialização de conhecimento caracterizadas pela interatividade. A respeito do webjornalismo são definidas cinco características: interatividade, customização de conteúdo/personalização, hipertextualidade, multimídia/convergência e memória (PALACIOS, 2002). Neste sentido, o presente trabalho, vinculado ao tipo de pesquisa descritiva e ao método de estudo de caso (OLIVEIRA, 2007), discute as características do conteúdo na Web e apresenta sua aplicação no site Jornal do Brasil. Os resultados apontam que não há rupturas definitivas entre a prática na rede, de forma colaborativa, e a prática baseada em outros suportes como televisão ou rádio, por exemplo.

Palavras-chave: Tecnologias Digitais. Webjornalismo. Interatividade.

Considerações introdutórias

A popularidade das redes sociais e dos bloggers, atualmente, fez com que muitos jornais passassem a ser pautados ou tivessem pautas sugeridas por pessoas que no afã de noticiar os fatos que acontecem em suas regiões, ou bairros, viraram correspondentes imediatos e gratuitos de muitas empresas jornalísticas.

Nesse sentido, o presente trabalho parte da seguinte questão-problema: tendo como referência as características hipertextuais da linguagem processada e circulada na/pela Web, de que forma as propriedades que configuram as práticas do jornalismo digital contemporâneo são exploradas no site Jornal do Brasil?

¹ Graduado em Comunicação Social – Jornalismo – pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: fcandidopb@yahoo.com.br

² Professor Mestre em Linguagem e Ensino pela Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: manassesmxavier@yahoo.com.br

Para responder a este questionamento elencamos como objetivos desta pesquisa descrever as propriedades do webjornalismo, a saber – Interatividade, Customização do Conteúdo, Hipertextualidade, Multimídia/Convergência e Memória – presentes no site Jornal do Brasil.

Convém respaldar, teoricamente, a nossa vinculação metodológica ao tipo de pesquisa descritiva. De acordo com Oliveira (2007, p. 68), a pesquisa descritiva vai além do experimento: “procura analisar fatos e/ou fenômenos, fazendo uma descrição detalhada da forma como se apresentam esses fatos e fenômenos, ou, mais precisamente, é uma análise em profundidade da realidade pesquisada”.

Através desses princípios, a realidade passa a ser percebida pelos olhos da ciência, não de uma forma desordenada, esfacelada, fragmentada, como ocorre na visão subjetiva e a crítica do senso comum, mas sob o enfoque de um critério orientador, de um princípio explicativo que esclarece e proporciona a compreensão do tipo de relação que se estabelece entre os fatos, coisas e fenômenos, unificando a visão de mundo.

Para além dessas questões que, talvez, sinalizem um conhecimento fechado, uniforme, a vinculação deste trabalho a pesquisa descritiva se estabelece por entender a descrição das propriedades do jornalismo para Web, contidas no site Jornal do Brasil aqui apresentadas, como resultado de um olhar, empírico, sobre um suporte real de circulação de conteúdo jornalístico. A intenção não esteve em realizar uma descrição aprofundada, mas digamos que um ensaio, embora que tímido, de tais propriedades, em conformidade com os objetivos assumidos para este momento de nossa experiência com a pesquisa acadêmica.

A pesquisa adotou o método de estudo de caso. De acordo com Duarte (2007),

a análise mais aprofundada do método do estudo de caso revela, além da sua riqueza de possibilidades de pesquisa, um traço distintivo inerente à sua aplicação que é a capacidade de compartilhar conhecimentos. Visando à descoberta, o pesquisador trabalha com o pressuposto de que o conhecimento não é algo acabado, mas que está sempre em construção e por isso faz parte de sua função indagar e buscar novas respostas ao longo da investigação. (DUARTE, 2007, p. 233)

A escolha pelo site do Jornal do Brasil se estabeleceu obedecendo a dois critérios: 1) o fato de ser um veículo de comunicação respeitado e muito consumido, inclusive por nós, e 2) por ser uma empresa jornalística que, na contemporaneidade, só atua no ciberespaço.

O pioneirismo do Jornal do Brasil

Fundado no Rio de Janeiro em 1891 por Rodolfo Sousa Dantas e Joaquim Nabuco, dirigido em 1893 por Rui Barbosa, o *Jornal do Brasil* possuiu diferentes donos até tornar-se propriedade, em 1919, do empresário Ernesto Pereira Carneiro, assim conta Abreu (2003) no capítulo “*JORNAL DO BRASIL – Uma reforma famosa*”.

Abreu (2003) conta-nos que em seus primeiros anos, o jornal se interessou por temas políticos e literários e alcançou grande prestígio. Mas, após uma série de dificuldades financeiras, transformou-se, na década de 1930, num “boletim de anúncios”, deixando de lado os grandes temas. Suas primeiras páginas passaram a ser inteiramente ocupadas por classificados. Foi nesta época que recebeu o apelido pejorativo de “jornal das cozinheiras”, devido ao grande número de anúncios de pessoas que buscavam empregadas e empregados domésticos.

O estudioso revela, ainda, que a primeira grande mudança ocorrida no jornal foi justamente quando em 1949 o conde Pereira Carneiro convidou o advogado Manoel Francisco do Nascimento Brito – que era casado com sua enteada, Leda Marchesini – para ser consultor jurídico do *Jornal do Brasil* e da Rádio *Jornal do Brasil*. O conde se afastou do jornal por motivo de doença em 1952 e faleceu dois anos depois, em 1954. Assim, a direção do jornal passou para as mãos da condessa Maurina Dunshee de Abranches Pereira Carneiro. E foi a condessa quem, juntamente com o seu genro, deu início à transformação do jornal, acabando de vez com o boletim de anúncios em que se transformara o *Jornal do Brasil* para dar lugar a um órgão de grande destaque, que teria forte influência nas transformações posteriores da imprensa brasileira.

Abreu (2003) conta que num momento em que o país passava por profundas mudanças no plano econômico e social, ingressando na fase da industrialização intensiva, assistia-se a manifestações culturais de vanguarda na arquitetura, nas artes plásticas, na literatura, na música e no cinema, cujo objetivo comum era a preocupação de fazer uma reflexão crítica sobre a produção existente e a aspiração de construir o “novo”. Foi neste clima que a reforma do *Jornal do Brasil* se realizou como resultado da confluência de algumas iniciativas: a compra por Nascimento Brito de um novo equipamento gráfico e outras modificações principalmente na diagramação, fotos e na maneira de mostrar as matérias.

Essas mudanças foram acompanhadas por uma melhor definição da linha editorial. Ao contrário da maioria dos jornais do período, o *JB* procurou se distanciar dos partidos políticos e se posicionar de forma isenta frente aos acontecimentos mais candentes que mobilizavam a sociedade. Tornou-se rapidamente um jornal de prestígio junto à elite intelectual. Manteve-se, entretanto, como um órgão “católico, liberal-conservador, constitucional e defensor da iniciativa privada. (ABREU, 2003, p. 72)

Abreu (2003) revela ainda que em dezembro de 1958 Odylo Costa Filho e vários jornalistas deixaram o *JB*, mas isto não impediu que as inovações continuassem. Em 1959, sob a orientação de Amílcar de Castro, o jornal sofreu profundas alterações gráficas. A primeira página foi totalmente reestruturada, passando a ser ocupada pelo noticiário e reservando apenas uma pequena faixa em forma de L para os classificados. Em 1960 surgiram o Caderno C, de classificados, e o Caderno B, voltado para as artes em geral, com destaque para o cinema e o teatro.

Foi nesse momento, em 1962, que Alberto Dines assumiu a direção do jornal e consolidou sua reforma, reestruturando a redação. Surgiram então as reuniões regulares da redação, organizaram-se as editorias (inclusive a de fotografia, coisa que não existia), foram criados o arquivo e o departamento de pesquisa do jornal. Uma das contribuições de Dines foi o seu papel pioneiro do *media criticism* no país. Este espaço de discussão sobre o desempenho da mídia, sobre a responsabilidade e a ética jornalística se abriu quando ele criou os Cadernos de Jornalismo no *Jornal do Brasil*. Esta experiência iria prosseguir com a coluna “Jornal dos Jornais”, na Folha de S. Paulo (1975-1977), e se estenderia mais tarde à Universidade de Campinas, com a criação do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), nos anos 90, e estaria na origem do *Observatório da Imprensa*, tanto em sua versão na Internet como na versão transmitida pela TVE.

Em seguida, Alberto Dines revela a Abreu (2003) muitas nuances das mudanças ocorridas no *Jornal do Brasil*, principalmente os momentos difíceis no período da ditadura militar e de como eles driblavam os censores.

Sobre as novas tecnologias, Abreu (2003) lembra que a imprensa, nos últimos anos, mudou tecnicamente e questiona Dines se estas mudanças melhoraram a qualidade dos jornais brasileiros. A resposta de Dines foi:

Não, aqui no Brasil foi o contrário. A tecnologia, que deveria significar avanços de qualidade ou de tempo, aqui no Brasil não representou melhora

de qualidade, ao contrário: os jornais hoje fecham mais cedo, são feitos num período de tempo muito mais curto do que na minha época. Estou cansado de dizer isso. Inventaram que eles têm que ser jornais nacionais, coisa que efetivamente não são, e que têm que estar às seis da manhã em vários lugares. O conceito de nacional, hoje, é um triângulo: Minas, Rio e São Paulo. Um pouquinho de Brasília também. Os jornais têm que estar cedo nesses lugares, portanto têm que rodar mais cedo, e têm que fechar mais cedo. O tempo para fazer fica muito menor. Hoje, os jornais fecham depois do *Jornal Nacional*. Assistem ao *Jornal Nacional* e fecham. (ABREU, 2003, p. 165)

É necessário afirmar também que ao pesquisar por livros e textos acadêmicos na Internet, em sites de busca mais qualificados como o Google Livros e Google Acadêmico, as expressões “jornal”, “brasil” e “webjornalismo”, tornaram-se genéricas, dificultando ainda mais difícil ao pesquisador encontrar dados mais precisos sobre um dos mais importantes jornais brasileiros, o *Jornal do Brasil*. Na maioria dos livros que encontramos, ou pequenas citações, muitos foram enfáticos em afirmar o pioneirismo do *Jornal do Brasil* em publicar o jornal na Internet, mas nenhum deles se dispôs a abordar de forma mais contundente os motivos que levaram este jornal a ser o pioneiro. Daí, o fato de que, como “arqueólogos”, encontramos pequenos fragmentos espalhados aqui e ali, para ilustrar este capítulo.

Ao abordar a importância do jornalismo na Internet, bem como seu planejamento e produção da informação, Pinho (2003) nos revela que

o recente surgimento e desenvolvimento da atividade jornalística na Internet, como adverte o jornalista Leão Serva (em Moherdauí, 2000: 11), “ainda espera um conjunto de procedimentos que consolide as diversas novidades impostas pelas características dos novos meios e, ao mesmo tempo, aponte aquilo que, por ser essencial à atividade jornalística, permanecerá nestes novos meios”. (PINHO, 2003, p. 113)

Pinho (2003) esclarece que são essas mesmas características de um novo meio como a World Wide Web – uma síntese de todas as mídias, com as vantagens visuais da TV, a mobilidade do rádio, a capacidade de detalhamento e análise do jornal e da revista, e a interatividade da multimídia – que tornam promissor o jornalismo na Web e podem representar uma nova revolução para a atividade.

Além disso, o autor explica que, qualquer que seja a sua denominação – jornalismo digital, jornalismo on-line ou webjornalismo –, o jornalismo marca sua presença na World Wide Web oferecendo informação e conteúdo, em especial nos sites de jornais e revistas

impressas que migraram para a rede mundial, nos sites de agências de notícias, nos sites noticiosos especializados, nos portais e nos sites de instituições e empresas comerciais.

Pinho (2003) relata-nos que quando a World Wide Web surgiu, em 1991, como a parte multimídia da Internet, os aficionados da rede mundial nem de longe puderam avaliar o impacto que a invenção iria causar na comunicação. Em um primeiro momento, os jornalistas, que utilizavam os computadores apenas para redigir e editar textos, começaram a usar os *browsers* (navegadores de Internet) de maneira incipiente, como um novo recurso para o acesso a informações disponibilizadas em bancos de dados e em sites de todo o mundo.

Apesar de inspiradas no exemplo e no sucesso de versões on-line de revistas e jornais norte-americanos e ingleses, não demorou muito para que tradicionais empresas jornalísticas brasileiras ingressassem na World Wide Web.

A primeira iniciativa partiu do Grupo O Estado de São Paulo que, em fevereiro de 1995, colocou a Agência Estado na rede mundial. No dia 28 de maio do mesmo ano, informa Moherdau (2000: 22), coube ao *Jornal do Brasil* a primazia de ser o primeiro veículo a fazer uma cobertura completa no espaço virtual, seguido por outros títulos da grande imprensa, como o *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo*, *O Globo*, *O Estado de Minas*, *Zero Hora*, *Diário de Pernambuco* e *Diário do Nordeste*. (PINHO, 2003, p. 114)

Manta (2000 *apud* PINHO, 2003), por sua vez esclarece que

a entrada de jornais e revistas na Internet inaugura um novo veículo de comunicação que reúne características de todas as outras mídias e que tem como suporte as redes mundiais de computadores. O jornalismo digital representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias. O papel (átomos) vai cedendo lugar a impulsos eletrônicos (bits) que podem viajar a grandes velocidades pelas autoestradas da informação. Estes bits podem ser atualizados instantaneamente na tela do computador na forma de textos, gráficos, imagens, animações, áudio e vídeo; recursos multimídia que estão ampliando as possibilidades da mídia impressa. (MANTA, 2002 *apud* PINHO, 2003, p. 115)

Pinho (2003) conclui que, na medida em que a Internet representa um mercado em evolução devido ao crescimento exponencial da rede mundial, os grandes grupos editoriais e de comunicação brasileiros também marcam sua presença no mundo virtual, interessados no

elevado potencial de futura geração de receitas propiciadas pelo usuário da Internet, ávido, fundamentalmente, por conteúdo e informação.

Após essa outra mudança que marcou a história do *Jornal do Brasil*, este jornal passou por uma outra mudança e porque não dizer marcou a história do jornalismo brasileiro com seu pioneirismo ao modificar o tamanho do jornal impresso, antevendo que a crise econômica iria novamente afetar o jornal. Tanto que passados alguns anos após esta mudança o *Jornal do Brasil* deixou de circular sua edição impressa, investindo, apenas, em sua página na World Wide Web.

Características e funcionalidades do site Jornal do Brasil

A prática do jornalismo no ciberespaço define-se pelo uso de aparelhos multimídia na pesquisa, produção e distribuição de notícias e informações. No entanto, devido aos avanços tecnológicos, a sua definição está em constante transformação.

Ainda na década de 1990, o termo jornalismo digital ou ciberjornalismo correspondia às versões desenvolvidas para Web dos jornais impressos. Destacamos que,

contudo, esse panorama mudou. Atualmente, os sites noticiosos passaram a não somente reproduzir o conteúdo divulgado em sua versão impressa, mas também a disponibilizar informações adicionais sobre o assunto que não foram incluídas na versão impressa ou, informações complementares como por exemplo: vídeos, animações, entre outros recursos multimídia. Ou seja: o meio digital propicia a viabilização de produzir e distribuir conteúdo multimídia de forma rápida e precisa a fim de possibilitar a interatividade e com isso, despertar o interesse e a participação do público. (RASÊRA, 2010, p. 03)

No sentido de atender as necessidades cada vez mais crescentes da sociedade global, os recursos tecnológicos vão sendo desenvolvidos e condicionando acomodações por parte daqueles que, através dos portais, disponibilizam serviços via Web.

Ferrari (2009) mostra que os portais podem ser classificados em horizontais e verticais. Os horizontais constituem os maiores volumes de tráfego na rede mundial de computadores. Já os verticais surgiram em 1999 com a busca dos usuários interessados em conteúdo e serviços personalizados.

Eles representam um espaço de interação na Internet reconhecido pela especialização do serviço prestado. Trata-se, portanto, de um trabalho especializado ou verticalmente focado em um conjunto de assuntos para uma comunidade de interesses comuns.

Sendo assim, a utilização das mídias digitais, como por exemplo dos portais, possibilitou ao jornalismo o surgimento de novas ferramentas para a produção jornalística, levando a adaptação de determinadas funções e práticas para o jornalismo na rede, além de possibilitar uma maior interatividade entre os produtores e consumidores de notícias.

E, nesse sentido, podemos observar que o webjornalismo está inserido em um novo ambiente comunicacional que possibilita a produção de um texto específico, explorando, assim, todas as potencialidades da rede. Para Palacios (2002), as características do jornalismo produzido para a Web apontam para as seguintes propriedades: interatividade, customização de conteúdo/personalização, hipertextualidade, multimídia/convergência e memória.

Destacamos, então, como características presentes no webjornalismo:

Interatividade – a notícia on-line possui a capacidade de fazer com que o ciberleitor sinta-se parte do processo;

Customização de Conteúdo – também denominada de personalização, consiste em produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais dos usuários;

Hipertextualidade – característica específica do jornalismo on-line, que traz a possibilidade de interconectar textos através de links;

Multimídia/Convergência – no webjornalismo, a multimídia trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais;

Memória – o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior no webjornalismo do que em outros suportes de mídias.

Para Mielniczuk (2003a) estas características refletem as potencialidades oferecidas pela Internet ao jornalismo desenvolvido para a Web. Ainda de acordo com a autora, tais possibilidades não se traduzem necessariamente em aspectos efetivamente explorados pelos sites jornalísticos. Para tanto, observaremos a presença destas cinco características no site do Jornal do Brasil.

Antes de iniciarmos a análise das propriedades que configuram o jornalismo produzido para a Web convém definirmos o que é webjornalismo. Tendo como referência os estudos de Mielniczuk (2003a), o termo webjornalismo explica que trata de uma parte específica da *Internet*: a nomenclatura encontra-se relacionada com o suporte técnico – para designar o jornalismo desenvolvido para a televisão, utilizamos telejornalismo; o jornalismo desenvolvido para o rádio, chamamos de radiojornalismo e chamamos de jornalismo impresso àquele que é feito para os jornais impressos em papel.

Logo, o webjornalismo³ apresenta um grau de amadurecimento notável e acompanha a adequação de profissionais e leitores à lógica peculiar de funcionamento da *Internet*, marcada pela velocidade de fluxos de informação e pelo potencial interativo. Dentro deste contexto, entendemos o site do Jornal do Brasil como um exemplo contemporâneo das atividades webjornalísticas.

Apresentamos a análise descritiva desenvolvida.

Interatividade

Algumas características da Web são oriundas de outros meios de comunicação, mas são extremamente potencializadas na rede mundial de computadores. A interatividade é uma das que passaram por esta reconfiguração, pois o simples ato de se navegar através do hipertexto já configura uma situação de interação.

O conceito de interatividade quase sempre está associado às novas mídias, em especial a *Internet*. Não está convencionada apenas a uma troca de comunicação, mas também faz parte da geração de conteúdo.

Segundo Canavilhas (2001), a notícia é apenas o passo inicial para o processo jornalístico na Web, que pressupõe a participação do leitor como decisiva. No webjornalismo, a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria. Deve funcionar apenas como o “tiro de partida” para uma discussão com os leitores. Para além da introdução de diferentes pontos de vista enriquecer a notícia, um maior número de

³ Para elucidar com mais propriedade as características peculiares do webjornalismo, bem como de outras atividades que hospedam material jornalístico na rede, sugerimos a leitura, na íntegra, dos textos de Mielniczuk (2003a; 2003b) e Nascimento e Xavier (2011), contidos nas referências deste trabalho.

comentários corresponde a um maior número de visitas, logo, comprovando que aquele conteúdo foi apreciado pelos leitores.

Além disso, Canavilhas (2001) afirma que uma das grandes possibilidades do webjornalismo é a interação direta e imediata do ciberleitor com o produtor da notícia. Neste contexto, destaca-se o surgimento do jornalismo colaborativo, com a participação do público que, de mero receptor da informação, passa agora a produtor de notícias, enviando conteúdo para as redações jornalísticas.

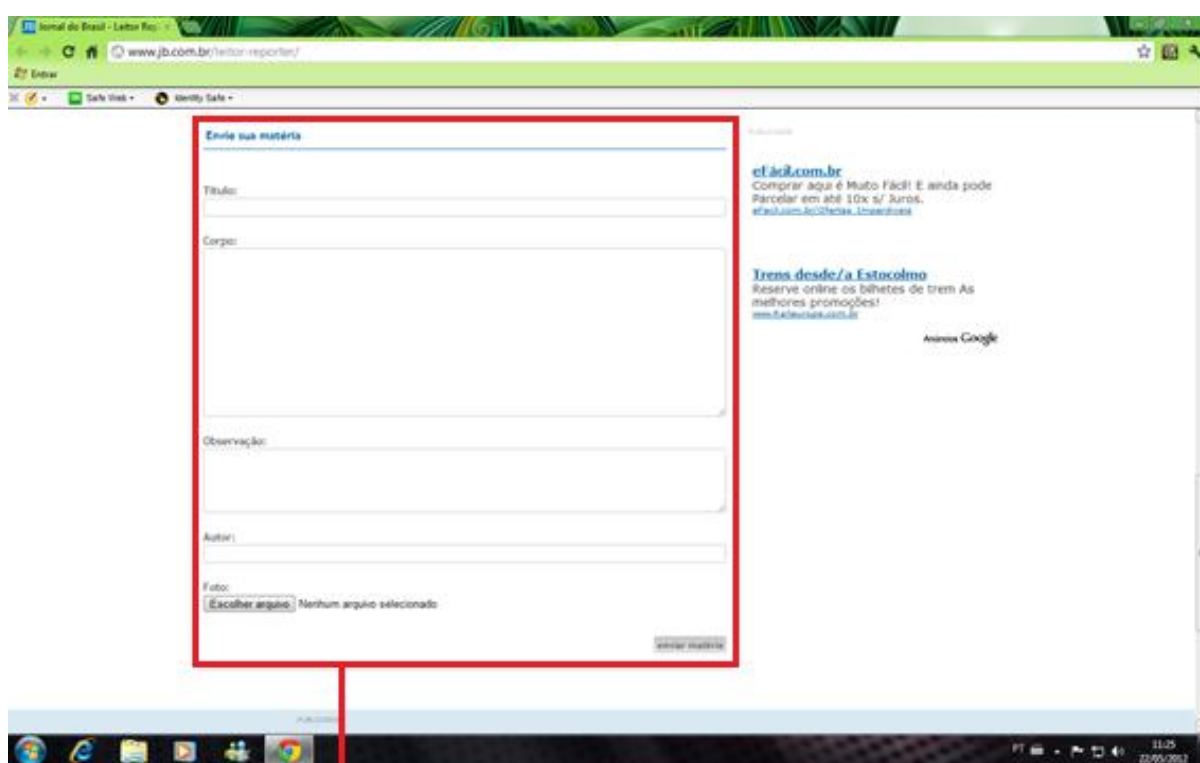
Vejamos nas Figuras 01 – Espaço “Leitor Repórter” do site Jornal do Brasil –, 02 – Página Espaço “Leitor Repórter” do Jornal do Brasil – e 03 – Espaço destinado à publicação de comentários –, exemplos de situações concretas de interação comunicativa no âmbito das práticas do webjornalismo:



FIGURA 01 - Espaço "Leitor Repórter" do site Jornal do Brasil

Fonte: <https://www.jb.com.br/leitortreporter> Acessado em 22/05/2012

Ao clicar no link “Leitor Repórter”, o usuário é conduzido a uma página que traz um formulário que deverá ser preenchido com os dados referentes à sua matéria, como título, corpo da matéria, observações e crédito da reportagem, além da possibilidade do envio de material midiático, através de arquivos anexados tais como fotos e arquivos de áudio e vídeo, conforme veremos na Figura 02 – Página Espaço “Leitor Repórter” do Jornal do Brasil.

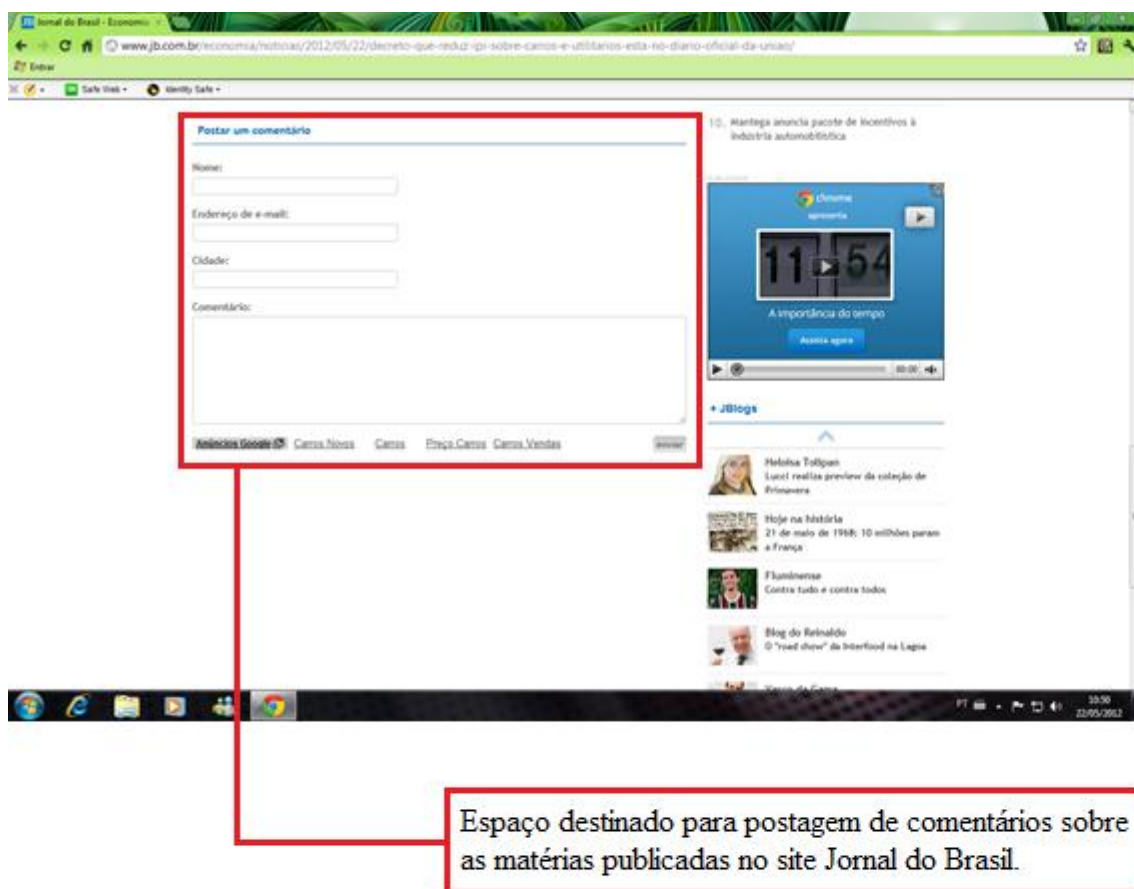


Formulário para envio de matérias produzidas pelos ciberleitores para o site Jornal do Brasil.

FIGURA 02 - Página "Leitor Repórter" do site Jornal do Brasil

Fonte: <https://twitter.com/jornaldobrasil> Acessado em 22/05/2012

Na Figura 03 – Espaço destinado à publicação de comentários – é possível se observar o espaço destinado para postagens de comentários por parte dos internautas sobre as matérias publicadas pelo jornal. Neste espaço podemos identificar que, caso o internauta deseje postar algum comentário, será necessário que o mesmo digite algumas informações pessoais, tais como o seu nome, endereço de e-mail e o nome da cidade em que reside, conforme apresentado na figura a seguir.



Espaço destinado para postagem de comentários sobre as matérias publicadas no site Jornal do Brasil.

FIGURA 03 - Espaço destinado à publicação de comentários

Fonte: <https://jornaldobrasil> Acessado em 22/05/2012

Atualmente, o webjornalismo também conta com o auxílio das redes sociais que contribuem intensamente para a produção jornalística. Entre estas redes destacam-se a rede social Facebook e o Twitter.

O Facebook é hoje uma das principais redes sociais que auxiliam na divulgação das notícias na Internet, pois os usuários têm a possibilidade de comentá-las dentro da própria rede, gerando, assim, uma discussão em torno do assunto, permitindo que outros usuários vejam as notícias.

Vejamos nas Figuras 04 – Perfil do Jornal do Brasil no Facebook – e 05 – Perfil do Jornal do Brasil no Twitter – as páginas dos respectivos perfis do Jornal do Brasil nas redes sociais Facebook e Twitter:



FIGURA 04 - Perfil do Jornal do Brasil no Facebook

Fonte: <http://www.facebook.com/JornaldoBrasil.JB>. Acessado em 22/05/2012

A rede social Twitter também tem desempenhado um papel muito importante para a divulgação de notícias, pois hoje a maioria dos grandes portais jornalísticos participam do

microblogging postando através deste links para suas matérias. Soma-se a isto o reforço por parte dos usuários através da função retweet. É por meio desta função que o usuário compartilha o tweet com seu grupo de seguidores que, por sua vez, também podem retweetar, possibilitando que a notícia se espalhe cada vez mais a outros usuários.

A seguir, apresentamos na figura 05 a página do perfil do Jornal do Brasil no microblogging Twitter:



FIGURA 05 - Perfil do Jornal do Brasil no Twitter

Fonte: <https://twitter.com/jornaldobrasil> Acessado em 22/05/2012

Muito além destas novas funções observadas no webjornalismo é possível se identificar, também, uma participação cada vez maior do público consumidor de notícias.

Através da utilização destas mídias eletrônicas estes consumidores passaram a ser importantes colaboradores para a produção da notícia, fazendo uso dos espaços cedidos nos sites ou portais das grandes empresas jornalísticas, produzindo e enviando materiais jornalísticos para as redações destas empresas, caracterizando, desta forma, o Jornalismo Colaborativo.

Neste contexto, surge uma nova cultura participativa e interativa, na qual está inserido o Jornalismo Colaborativo, que segundo Moretzsohn (2007) é definido como o ato do cidadão desempenhar um papel ativo no processo de coleta de informações com o objetivo de garantir a notícia independente, confiável e precisa.

Customização de Conteúdo

Trata-se da forma de integrar o ciberleitor no processo jornalístico como um editor, dando-lhe assim a possibilidade de visualizar apenas aquelas informações que lhe interessa.

Através da customização é possível pré-selecionar o conteúdo a ser carregado em um determinado portal, seja através de um cadastro de usuário ou por meio de configurações salvas anteriormente.

Para Mielniczuk (2003b), cada leitor constrói a partir da possibilidade de interatividade oferecida pelo hipertexto, um texto individualizado, personalizado. Pode-se considerar 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. Ou seja, dois leitores ao navegar pelo mesmo hipertexto, ao final, terão lido textos distintos (MIELNICZUK, 2003).

Já Palacios (2002) sistematiza tipos diferenciados de personalização e considera três modelos distintos: a personalização de serviços, a personalização de conteúdo e, por fim, a personalização de fontes. O autor também nos esclarece que este tipo de serviço não se trata de uma exclusividade da Web e que se trata de mais uma das características potencializadas pela utilização da Internet.

No caso do Jornal do Brasil, a personalização é encontrada na possibilidade da aquisição do serviço de assinatura do jornal, o qual dispõe de material exclusivo para seus

assinantes, conforme podemos observar na Figura 06 – Página inicial do site Jornal do Brasil – e também na Figura 07 – Matéria exclusiva para assinantes do Jornal do Brasil.



FIGURA 06 - Página inicial do site Jornal do Brasil

Fonte: <https://jornaldobrasil> Acessado em 01/05/2012

Após clicar no link da matéria na página inicial do site, o internauta é conduzido à página da notícia, a qual só disponibiliza parte do conteúdo da matéria, sendo necessário que o usuário faça o login no site, no caso dos assinantes, ou adquira uma assinatura do jornal através de outro link disponibilizado na mesma página ao lado do botão de login dos assinantes, conforme veremos na figura a seguir.

The image shows a screenshot of a news article on the website 'Jornal do Brasil'. The article title is 'Site: Carlinhos Cachoeira é 'governador paralelo' de Goiás'. The article text discusses the influence of Carlinhos Cachoeira in the state of Goiás. A red box highlights the article title and the first paragraph. Another red box highlights a subscription box titled 'Conteúdo exclusivo para assinantes' with buttons for 'Fazer Login' and 'Assinar Agora'. Two callout boxes with red borders and arrows point to the subscription box: one says 'Matéria exclusiva produzida para os assinantes do Jornal do Brasil.' and the other says 'Links para login de assinantes e para aquisição de novas assinaturas do Jornal.'

FIGURA 07 - Matéria exclusiva para assinantes do Jornal do Brasil

Fonte: <https://jornaldobrasil/informe> Acessado em 01/05/2012

Hipertextualidade

A hipertextualidade é sem sombras de dúvida a principal responsável pela estrutura da Web, pois este tipo de formatação possibilita todas as outras características presentes na rede. Podemos, então, caracterizar o hipertexto como sendo a ligação por meio de links e esta é à base de todo o webjornalismo.

Segundo Levy (1993), o hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Nós que podem ser palavras, páginas, gráficos, sequências sonoras, vídeos, documentos

complexos que podem eles mesmos ser hipertextos, ou seja, a multimídia também é uma característica do hipertexto.

Para Smith (1995 *apud* CORREIA; ANDRADE, 1997), o hipertexto é uma abordagem de informações na qual os dados são armazenados em uma rede de nós conectados por ligações que também podem conter textos, gráficos, áudio e vídeo, bem como programas de computador ou outras formas de dados.

Também podemos entender o hipertexto como sendo um sistema de organização de informações digitalizadas, um sistema de marcação que possibilita a formatação dos mais variados tipos de conteúdos e dados da Internet.

Capparelli (2002 *apud* PERUZZO, 2006), em se tratando de webjornalismo, define o hipertexto como uma série de blocos de textos jornalísticos conectados entre si e possibilitando ao leitor diversos caminhos de leitura. Estes blocos de texto podem ser constituídos, por exemplo, de uma reportagem principal com diversas retrancas ou nós; podem ser formados por documentos integrais ou parciais que contextualizam determinado fato ou fragmento do fato, registrando seu início ou sua análise no tempo – ou mesmo informações colaterais – a partir de edições anteriores do jornal; podem ter *links* externos, possibilitando ao leitor navegar além da estrutura hipertextual à sua disposição no momento.

Para Melo (2010), o hipertexto é um texto de acessibilidade ilimitada, ou seja, não experimentaria qualquer tipo de censura quanto às ligações que permite estabelecer. Desta forma, podemos concluir que a hipertextualidade trata da possibilidade de interconectar textos através de links. Bardeol e Deuze (2000 *apud* MIELNICZUK, 2003a) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos e sites relacionados ao assunto. No site do Jornal do Brasil, a hipertextualidade ocorre da seguinte forma: existem links para matérias complementares a matéria em destaque como podemos observar na Figura 08 – Página inicial da Editoria “Cultura” do site Jornal do Brasil.



FIGURA 08 - Página inicial da Editoria "Cultura" do site Jornal do Brasil

Fonte: <https://jornaldobrasil/fotos> Acessado em 01/05/2012

Ao clicar no link Leia +, o ciberleitor é conduzido à página que traz a crítica do Filme Sete Dias com Marilyn, como veremos na Figura 09 – Página do caderno “Cultura” do Jornal do Brasil.



FIGURA 09 - Página do caderno "Cultura" do Jornal do Brasil

Fonte: <https://jornaldobrasil/cultura> Acessado em 01/05/2012

Multimedialidade/Convergência

Palacios (2002) afirma que no contexto do webjornalismo, a multimedialidade refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. De acordo com o autor, a convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade.

O autor revela, ainda, que a multimídia não é um fator exclusivo da Internet e sim uma característica já presente em outros veículos de comunicação. A multimídia do Jornalismo na Web é certamente uma continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjunção de formatos midiáticos (imagem, som e texto). No entanto, é igualmente evidente que a web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica. (PALACIOS, 2002).

Para Canavilhas (2006), a introdução de novos elementos textuais faz com que o usuário explore a notícia de uma maneira mais pessoal. Ele não pode ser visto mais apenas como leitor, telespectador ou ouvinte meramente passivo, já que a webnotícia integra recursos multimidiáticos, exigindo uma leitura multilinear.

Dessa forma, podemos, então, delimitar a multimídia como um importante recurso da hipertextualidade. Isto porque ela se associa por meio de links a outros elementos textuais, típicos dos demais suportes, exigindo, assim, uma leitura multilinear/dinâmica, proporcionando ao usuário uma visão mais completa dos fatos com diversas visões, além de poder criar um ambiente interativo de imersão, com imagens, áudio e vídeo.

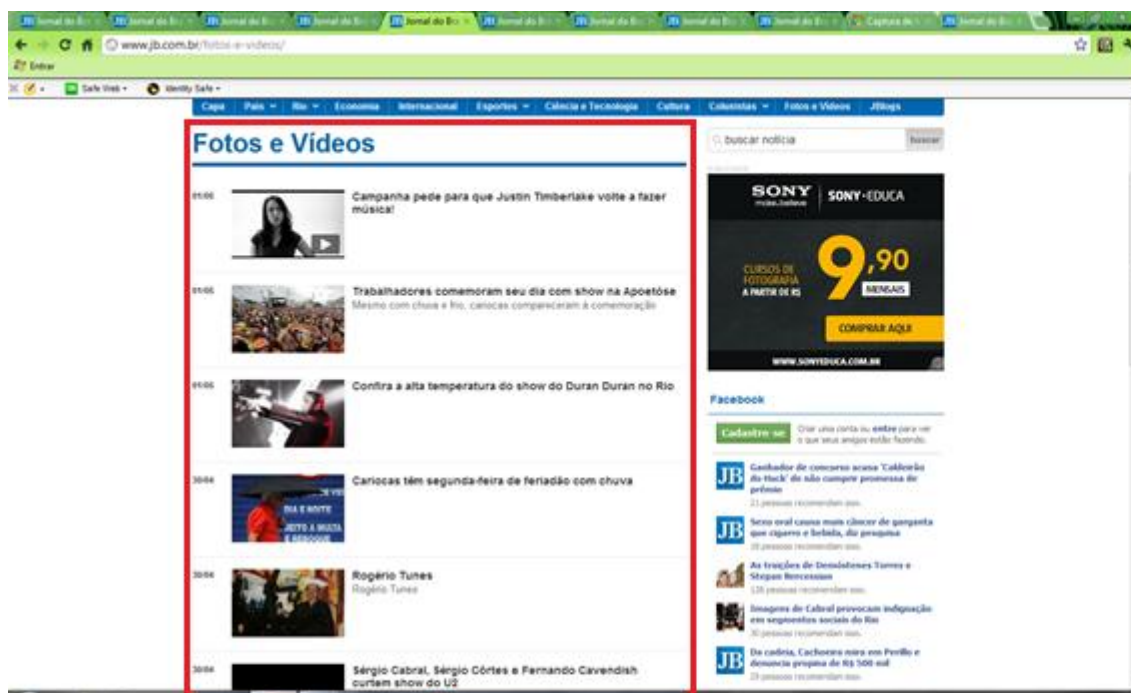
No site Jornal do Brasil, a multimídia pode ser observada na coluna “Fotos e Vídeos” conforme podemos verificar na figura a seguir.



FIGURA 10 - Coluna "Fotos e Vídeos" do site Jornal do Brasil

Fonte: <https://jornaldobrasil> Acessado em 01/05/2012

Através do espaço reservado a coluna “Fotos e Vídeos”, presente na página inicial do Jornal do Brasil, o internauta tem a possibilidade de escolher entre assistir a um dos vídeos em destaque ou também poderá optar por clicar no nome “Fotos e Vídeos” e então ser direcionado à página inicial da coluna de mesmo nome, onde terá acesso a um número muito maior de vídeos presente no site, como observaremos na Figura 11 – Página inicial da coluna “Fotos e Vídeos” do Jornal do Brasil.



Coluna "Fotos e Vídeos" exemplo de material multimidiático presente no site do Jornal do Brasil.

FIGURA 11 - Página inicial da coluna "Fotos e Vídeos" do Jornal do Brasil

Fonte: <https://jornaldobrasil/fotosevideos> Acessado em 01/05/2012

Memória

A memória está intimamente associada à supressão de espaço e tempo e à hipertextualidade. Através dela, tanto o jornalista quanto o usuário podem ter acesso a um acervo infinito de informações organizadas por bancos de dados e ferramentas de busca.

Mielniczuk (2003a) ressalta que em suportes anteriores à Internet esse recurso apresenta-se, tipicamente, em arquivos de edições antigas, em veículos impressos ou de fitas de áudio e vídeo, em Rádios e TVs.

Já Palacios (2002) considera uma verdadeira ruptura em relação à recuperação de informações, baseada na congruência de três fatores: interatividade, hipertextualidade e instantaneidade:

na Web, no entanto, 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 circunstâncias 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. (PALACIOS, 2002, p. 07)

Canavilhas (2006) acrescenta que, sob o ponto de vista do leitor, o recurso vale como um norteador de assuntos, já que, com auxílio de hiperligações, é possível reunir e disponibilizar informações que se relacionam ao assunto principal:

a memória representa muito mais do que o simples arquivo e é uma questão fundamental num jornalismo onde o espaço que a notícia ocupa não é um bem escasso. A possibilidade de ligar uma nova notícia aos seus antecedentes permite o enriquecimento do jornalismo graças à contextualização dos fenômenos. (CANAVILHAS, 2006, p. 05)

Dessa forma, podemos perceber que por meio das ferramentas de busca, geralmente presentes nos sites jornalísticos, temos a possibilidade de acesso a matérias publicadas anteriormente, conforme apresentado na figura a seguir.

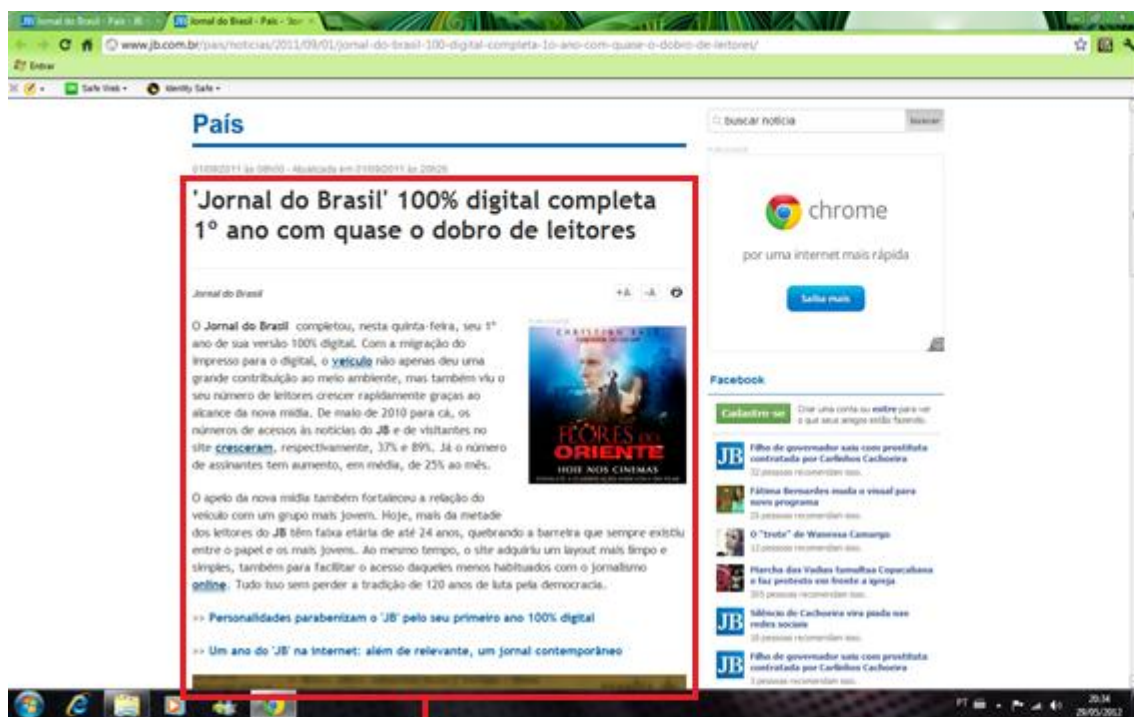


Artigo exibido na Primeira Edição do Jornal do Brasil na rede, quando o mesmo passou a ser publicado unicamente pelo meio online, no dia 01/09/2010.

FIGURA 12 - Página da coluna "País" do Jornal do Brasil no dia 01/09/2010

Fonte: <https://jornaldobrasil/pais> Acessado em 01/05/2012

Vejamos na Figura 13 – Página da coluna “País” do Jornal do Brasil do dia 01/09/2011 – uma matéria comemorativa ao aniversário de Um ano do Jornal na sua versão 100% digital.



Matéria publicada na coluna "País" do Jornal do Brasil do dia 01/09/2011.

FIGURA 13 - Página da coluna "País" do Jornal do Brasil do dia 01/09/2011

Fonte: <https://jornaldobrasil/pais> Acessado em 01/05/2012

Acreditamos ter apresentado, ao longo deste capítulo, uma discussão, embora que breve, mas pontual sobre as propriedades que permeiam as práticas contemporâneas do material jornalístico produzido para Web. A ideia foi, justamente, apresentar tais propriedades na composição das propostas hipertextuais contidas no site. O nosso interesse não parte de querer esgotar a discussão, mas a de fazer com que ela – a discussão – nos impulse a continuar investindo em trabalhos acadêmicos nesta linha de pesquisa.

Nesse sentido, apresentamos, a seguir, as considerações finais a que chegamos quando da conclusão das análises/descrições realizadas neste trabalho.

Considerações finais

Não se pretendeu, nesta pesquisa, chegar a conclusões definitivas sobre o tema em questão. Procurou-se, antes de tudo, entender que as tecnologias da informação e comunicação possibilitam novas maneiras de produzir e publicar notícias (MIELNICZUK, 2003b).

Respondendo aos objetivos da pesquisa o trabalho empírico com o site Jornal do Brasil mostrou, no entanto, que o objetivo principal desta prática jornalística permanece o mesmo do chamado jornalismo tradicional, ou seja, informar e mais: informar com atualidade e factualidade. Portanto, podemos observar que não há rupturas definitivas entre a prática na rede, de forma colaborativa, e a prática baseada em outros suportes como televisão ou rádio, por exemplo. As marcas impostas pelas transformações tecnológicas apenas reestruturam o fazer jornalístico, modificam as rotinas e o produto final.

Sobre a questão-problema – *tendo como referência as características hipertextuais da linguagem processada e circulada na/pela Web, de que forma as propriedades que configuram as práticas do jornalismo digital contemporâneo são exploradas no site Jornal do Brasil?* – consideramos que o percurso adotado neste trabalho funcionou para evidenciar tais propriedades em situações reais de comunicação e interação. Os dados apresentados exemplificaram bem a presença dos formatos hipertextuais da linguagem para Web. Sendo assim, encerramos este trabalho com uma expectativa positiva de realizar futuras pesquisas que continuem fortalecendo as discussões acadêmicas desta área do conhecimento científico.

Referências

ABREU, A. A. Jornal do Brasil: uma reforma famosa. In: _____.; LATTMAN-WELTMAN, F.; ROCHA, D. (Orgs.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

CANAVILHAS, João. *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 11 de maio de 2012.

_____. *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. 2001. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html. Acesso em: 16 de maio de 2012.

CORREIA, Cláudia; ANDRADE, Heloísa. *Noções básicas de hipertexto*. 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/hipertexto/nbasicas.html>. Acesso em: 23 de maio de 2012.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2007.

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo digital*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: 34, 1993.

MELO, Cristina Teixeira Vieira. A análise do discurso em contraponto à noção de acessibilidade ilimitada da Internet. In: MARCUSCHI, Luiz Antonio; XAVIER, Antonio Carlos. (Orgs.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentidos*. 2. ed. Rio de Janeiro: Cortez, 2010, p. 165-174.

MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do webjornalismo na web, 2003a. Disponível em:

http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_mielniczuc_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 23 de maio de 2012.

MIELNICZUK, Luciana. Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual, 2003b. Disponível em:

http://www.poscom.ufba.br/arquivos/Poscomproducao_CientificaLuciana_Mielniczuk.pdf. Acesso em: 13 de maio de 2012.

MORETZSOHN, Sylvia. *Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

NASCIMENTO, Robéria Nádia Araújo; XAVIER, Manassés Morais. Jornalismo digital: a circulação de informação no jornalismo *on line* e no webjornalismo. In: *Culturas Midiáticas: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba*. n. 7. jul-dez, 2011.

NETO, Mário. *Produção Gráfica II: Papel, Tinta, Impressão e Acabamento*. São Paulo: Global, 1997.

OLIVEIRA, Maria Marly de. *Como fazer pesquisa qualitativa*. Petrópolis – RJ: Vozes, 2007.

PALACIOS, Marcos. Hipertexto, fechamento e uso do conceito de não-linearidade discursiva, 2000. Disponível em:

<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html>. Acesso em: 18 de maio de 2012.

_____.; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. *Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português*, 2002. Disponível em:

http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf. Acesso em: 15 de maio de 2012.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Webjornalismo: do hipertexto e da interatividade ao cidadão jornalista. In: Revista eletrônica Verso e reverso. 2006. Disponível em: <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=1&a=9&a=3>. Acesso em: 21 de maio de 2012.

PINHO, J. B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

RASÊRA, Marcella. Jornalismo digital: do boom aos dias atuais. Uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia. In: *Ícone* – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. v. 12. n. 1. Ago – 2010.