

**Narrativa hipertextual jornalística:
a cultura da *linkagem* no século XXI e a nova geração de leitores na *web***

*Hypertextual journalistic narrative: the culture of linkage
in the 21st century and the new generation of readers on the web*

Jean Carlos da Silva MONTEIRO¹
José FERREIRA JUNIOR²
Sanny Fernanda Nunes RODRIGUES³

Resumo

O presente artigo, uma revisão bibliográfica, faz um exercício de análise sobre os principais impactos que as Tecnologias de Informação e Comunicação produziram no texto jornalístico com o advento da *web 2.0*. Explora a origem do hipertexto até a criação e o desenvolvimento de seu principal suporte: a *Internet*; e a partir deste, avalia as principais questões que envolvem a reorganização da narrativa para o jornalismo *web*. Este reflete, ainda, sobre os principais fatores potenciais para a transposição da narrativa hipertextual para o jornalismo *web*, dentre eles o nascimento da “*Cultura da Linkagem*” no século XXI, que reconfigura a produção de narrativas para o *webjornalismo*, e apresenta as características da nova geração de leitores de hipertextos.

Palavras-chave: Webjornalismo. Narrativa Hipertextual. Práticas Jornalísticas. Cultura da Linkagem. Leitor de hipertextos.

Abstract

This article, a bibliographic review, makes an analysis exercise on the main impacts that Information and Communication Technologies produced in the journalistic text with the advent of *web 2.0*. It explores the origin of hypertext until the creation and development of its main support: the *Internet*; and from this one, evaluates the main issues that involve the reorganization of the narrative for the *web journalism*. It also reflects on the main potential factors for the transposition of the hypertextual narrative into *web*

¹ Mestrando em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão.
E-mail: falecomjeanmonteiro@gmail.com

² Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professor do Departamento de Comunicação Social e do Mestrado em Cultura e Sociedade, da Universidade Federal do Maranhão. E-mail: jferr@uol.com.br

³ Doutora em Multimedia em Educação pela Universidade de Aveiro. Professora do Departamento de Educação e Filosofia e do mestrado em Cultura e Sociedade, da Universidade Estadual do Maranhão.
E-mail: sannyafernanda@hotmail.com

journalism, among them the birth of the “Linkage Culture” in the XXI century, which reconfigures the production of narratives for webjournalism, and presents the characteristics of new generation of hypertext readers.

Keywords: Webjournalism. Narrative Hypertextual. Journalistic Practices. Linkage Culture. Hypertext reader.

Introdução

A narrativa desenvolvida para a *web* surge em um momento em que os webjornais são canais em desenvolvimento, passando por constantes e significativas alterações textuais, resultado do nascimento de múltiplos meios de interatividade, proporcionados pelas tecnologias digitais. Esta reconfiguração, segundo Lara (2001), provocou inúmeros impactos nos processos de produção, transmissão e consumo de conteúdo jornalístico na sociedade. Considerando o hipertexto o principal elemento para o desenvolvimento do webjornalismo, este estudo visa investigar quais impactos sofreu a narrativa jornalística com o advento do hipertexto eletrônico.

As primeiras análises e reflexões sobre a *web* identificaram o hipertexto eletrônico como novo modelo de linguagem, que interliga em uma mesma rede diferentes blocos de conteúdo (texto, imagens, vídeos, áudios e infográficos), mantendo uma relação de elo associativo entre eles, que podem ser acessados através de *link*.

Essa nova linguagem para a *web*, ainda em fase de desenvolvimento, segue naturalmente, segundo Lévy (1993) e Koch (2007), a lógica do pensamento e da percepção humana, baseada na identificação e associação de significados já armazenados em nossa mente, na qual um texto faz lembrar uma imagem, que remete a uma música, que recorda um filme. Lévy (1993) esclarece este pensamento afirmando que o hipertexto desencadeia uma cadeia estruturada de múltiplos sentidos, “[...] pois já que ele conecta palavras e frases cujos significados remetem-se uns aos outros, dialogam e ecoam mutuamente para além da linearidade do discurso, um texto já é sempre um hipertexto, uma rede de associações [...]” (LÉVY, 1993, p. 73).

Logo, para acompanhar o desenvolvimento tecnológico, os conteúdos na linguagem hipertextual são ligados de forma “não linear”, oferecendo aos leitores a possibilidade de criar seu próprio percurso pela informação. Assim, “[...] ao entrar em

um espaço interativo e reticular de manipulação, associação e leitura, a imagem e o som adquirem um estatuto de quase textos [...]” (LÉVY, 1993, p. 33), que expande a compreensão e discussão da informação publicada por meio de *links*.

Tomando como base os estudos de Lévy sobre o hipertexto, em releituras de Dias (2000), Dizard (2000), Monterice (2001), Murad (2001) e Koch (2007), também são objetivos do presente estudo explicar a origem do hipertexto até a criação e o desenvolvimento de seu principal suporte: a *Internet*; e a partir deste, pretende-se compreender as principais questões que envolvem a reorganização da narrativa para o jornalismo *web*, refletindo sobre os principais fatores potenciais para a transposição da narrativa hipertextual, como a pluralidade de vozes, a organização multilinear, a heterogeneidade, a reconfiguração, as implicações dessa nova narrativa para o webjornalismo por meio do processo de *linkagem* e o perfil do leitor de hipertextos.

O hipertexto

A origem do hipertexto não se deu somente com o surgimento da *Internet*⁴, tampouco após este. Embora os registros apontem que ele já se fazia presente em ambientes *web*, na Idade Média já era possível observar as primeiras manifestações da hipertextualidade.

Há séculos, dos escribas – que antes de Cristo dominavam a escrita – até os atuais pesquisadores, muitos especialistas investigam mecanismos que possam agilizar o processo de recuperação de informações por meio de um banco de dados hábil e operativo. “A invenção da página individual, dos capítulos, dos índices, enfim, de uma série de elementos gráficos e regras de composição permitiram que o processo de leitura fosse facilitado [...]” (MONTERICE, 2001, p. 10).

Conforme esclarece Lara (2001), embora inúmeros impactos tenham ocorrido ao longo da história da textualidade moderna, a partir da introdução de diferentes mecanismos de busca, os mesmos não se mostram capazes de buscar e recuperar informações de modo eficiente.

⁴ Entende-se a expressão *Internet* no âmbito da conexão permitida pelo protocolo de comunicação (TCP/IP), o qual disponibiliza o acesso a linguagens verbais, visuais e sonoras (NEIVA, 2013).

Isso se deve pelo fato de ainda serem anexados em sequências estritamente lineares, embora haja um largo armazenamento de dados oriundos de livros, impressos, documentos, dentre outras mídias. Fora a partir de tal limitação, que estudos foram desenvolvidos no sentido de pensarem-se estratégias capazes de que todas essas informações fossem organizadas e memorizadas de modo dinâmico, mutável, multissequencialmente, originando assim o hipertexto.

Alguns autores já definiram o hipertexto: Lévy (1993), Lemos (2002), Santaella (2003), Mielniczuk (2005), Lara (2001) e Koch (2007), entre outros. Pode-se dizer que o conceito significa um processo de escrita e de leitura não linear, multidimensional. Ele independe de estrutura hierarquizada e permite acesso a outros textos, de forma instantânea, através de *links*.

Assim sendo, o hipertexto consiste em um mecanismo de comunicação que utiliza da *web* como canal, sendo assim capaz de conectar conteúdos distintos por uma única rede, expressando-se assim, como um elo associativos por meio de links. Nessa direção, Lara (2001) pontua que a hipertextualidade se consolidou como uma leitura dinâmica e capaz de gerar atos inventivos, projeto este buscado há séculos.

Lévy (1993) considera o hipertexto como uma metáfora da comunicação humana quando diz que ela já passou muito tempo sendo analisada sob o prisma da teoria matemática de Shannon e Weaver. Lévy (1993) utiliza da “metáfora” no sentido de explicar que o hipertexto consiste em uma ferramenta capaz de conectar não apenas palavras, mas termos de significados semelhantes. Desse modo, todo texto nada mais é que um hipertexto, pois, o mesmo é capaz de transformar a mente do leitor em uma verdadeira rede de conexões e associações (KOCH, 2007).

Quando ouço uma palavra, isto ativa imediatamente em minha mente uma rede de outras palavras, de conceitos, de modelos, mas também de imagens, sons, [...]. Mas apenas os nós selecionados pelo contexto serão ativados com força suficiente em nossa consciência. (LÉVY, 1993, p. 23).

Lévy (1993) reafirma o conceito de hipertexto, dando ênfase a multimídia e a conexão de “nós” através do hipertexto:

Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que

podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou 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 complicado quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira. Funcionalmente, um hipertexto é um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação [...]. (LÉVY, 1993, p. 33).

Dessa forma, o hipertexto ainda é um universo que merece maior exploração. Ele permite ao seu usuário vivenciar uma leitura mais ampla e conectada com um leque de outras possibilidades textuais. E, assim, ele se mostra como linguagem paradigmática tanto no presente quanto para o futuro (KOCH, 2007). Vale pontuar que nenhuma tecnologia encerra a outra. Assim, a linguagem hipertextual não fará desaparecer os jornais, as revistas e os livros impressos⁵. Esta se adequa de acordo com a atualidade e seu público-alvo (LÉVY, 1993).

Para entender a Cultura da *Linkagem*

A comunicação deste século passa diariamente por significativas mudanças, principalmente em suas configurações de organização e estrutura narrativa. De acordo com Castells (2002, p. 78), essas mudanças ocorrem, pois, neste momento, vivemos em uma sociedade digital, de moradores conectados em rede, um novo espaço global chamado de “sociedade da informação”.

Essa “sociedade da informação” é, segundo Toffler (1980), fruto da revolução tecnológica, da democratização e forte usabilidade das Tecnologias de Informação e Comunicação, na qual computadores e telecomunicações têm um papel importante nas mudanças sociais. Toffler denomina esse momento de a “Terceira Onda”⁶, que começou nos anos 50, nos Estados Unidos da América, desdobra-se no século XXI com o

⁵ Na literatura, por exemplo, destaca-se, há décadas, a obra “O jogo da amarelinha”, do escritor argentino Julio Cortazar, na qualidade de texto experimental e inovador, trazendo a não-linearidade para a tessitura textual. (CORTAZAR, 1994).

⁶ Para Toffler (1980), a primeira onda trata-se do surgimento da agricultura para o desenvolvimento social do homem; a segunda onda deu-se após a mecanização da agricultura pela revolução industrial; já a terceira onda surge no momento em que as Tecnologias de Informação e Comunicação mudam o modo de viver em sociedade.

nascimento de uma nova civilização, a dos conectados, uma cultura em constante mudança, baseada na informação e no conhecimento.

De acordo com Coutinho e Lisbôa (2011), a sociedade do século XXI – também conhecida como sociedade da informação (CASTELLS, 2003), sociedade do conhecimento (HARGREAVES, 2003) ou sociedade da aprendizagem (POZO, 2004) – é caracterizada por um intenso fluxo de informações, resultado da revolução tecnológica e do trabalho da imprensa, que a cada dia amplia o acesso às informações, gerando maior distribuição do conhecimento e oportunidade de aprendizagem para bilhões de pessoas por meio da *web*.

A sociedade conectada surgiu com a chegada da *Internet*, considerada o elemento que reconfigurou esse novo ambiente social, onde as pessoas interagem diariamente em rede, postando e compartilhando informações. Desde então, o uso do computador e da *Internet* estabeleceu uma nova cultura, denominada de cibercultura, na qual a informação que circula em rede exerce grande poder sobre o comportamento das pessoas (MATTELART, 2003; COUTINHO; LISBÔA, 2011).

No livro *Cibercultura*, Lévy (2001) delinea seu entendimento sobre a explosão e desenvolvimento do ciberespaço, uma nova “teia” de símbolos e significados tecida pelo homem por intermédio da interconexão de computadores, que faz surgir a cibercultura. Segundo ele, “[...] a cibercultura expressa o surgimento de um novo universal, diferente das formas que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer [...]” (LÉVY, 2001, p. 15).

O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY, 2001, p. 17).

Essa nova cultura da *linkagem* em ciberespaço – que trouxe novas formas de relações sociais, códigos e estruturas – funciona como um novo ambiente de socialização. Partindo desse pensamento, a sociedade, a cada dia, se integra ao processo de universalização da cibercultura, na medida em que se presencia novas relações de comunicação e produção de conhecimento por meio da virtualização.

Na atualidade, diferentes povos, grupos, populações de diferentes lugares, costumes e crenças convivem com a cultura do virtual e as novas tribos que habitam no ciberespaço. Santaella afirma que o convívio com os símbolos e significados dessa “teia” virtual fez surgir uma nova cultura digital. Para a autora, “[...] não só as redes digitais, mas qualquer meio de comunicação é capaz não só de moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também de propiciar o surgimento de novos ambientes socioculturais [...]” (SANTAELLA, 2003, p. 13). Essa cultura digital favorece nova morfologia social e também novas narrativas, encontradas nas páginas da *Internet*.

O conceito de narrativa está inteiramente atrelado ao ato de se contar uma história, que se desenvolve de forma linear, em ordem cronológica e sob o controle de quem a desenvolve (PAUL, 2007, p. 137). Segundo Gosciola (2007), a produção da narrativa depende excepcionalmente de dois fatores: os personagens e as ações. Todavia, na *web*, a narrativa recebe peculiaridades do espaço digital. Para Paul (2007), a produção de conteúdo para *Internet* dispõe da colaboração do usuário para se desenrolar, além de existir propriedades de expressão próprias.

Nesse cenário de mudanças significativas na comunicação, o processo de produção de narrativas (conteúdo) para *Internet* se tornou um desafio diário para os jornalistas. Com o avanço da globalização, a explosão da *web 2.0* e as modernas tecnologias de comunicação, o modo de produzir informações para *Internet*, como também as novas práticas de leituras multilíneas e hipertextual em ciberespaço, passaram a influenciar as práticas narrativas na área da comunicação e, principalmente, no campo do jornalismo.

Nos anos 1990, a *Internet* passou a ser utilizada como ferramenta para o jornalismo⁷. Inicialmente, o jornalismo *online*, um novo canal de informação e relacionamento com o público, não passava de uma transposição de conteúdo do jornal impresso para as plataformas digitais. Em seguida, os *links* começaram a ser utilizados para dar velocidade na conexão entre conteúdos de diferentes temáticas. De acordo com Lemos (2002, p. 130), “[...] os *links* funcionam como portas virtuais que abrem

⁷ Ana Elisa Ribeiro (2008) afirma que várias gerações de pesquisadores se envolveram na investigação sobre o hipertexto, destacando que, nas ciências humanas, se sobressaem os trabalhos nos domínios da Comunicação Social, Ciência da Informação, Linguística e Sociologia. A pesquisadora aponta para o crescimento geométrico dos estudos no Brasil.

caminhos para outras informações. O hipertexto é uma obra com várias entradas, onde o leitor/navegador escolhe seu percurso pelos *links* [...]” (LEMOS, 2002, p. 130).

O *link* tem grande importância como ferramenta de mudança na narrativa jornalística, porque ele fez surgir nova estrutura de narrativa multilinear e de reorganização de textos adequadas à geração de leitores do Século 21, na qual a linguagem do hipertexto segue, naturalmente, a lógica de pensamento desordenado característico da Geração Z, de pessoas que nasceram com as tecnologias digitais e hoje crescem eminentemente conectadas em rede.

Embora muito utilizado em páginas da *web*, conforme Mielniczuk (2001), o *link* é pouco explorado nas narrativas jornalísticas. Vale ressaltar que com a implementação de memórias (bancos de dados), o hipertexto sai do processo de organização de conteúdo para uma “interface de visualização das informações”. Essa mudança influencia diretamente os webjornais e o seu modo de produção.

Pode-se afirmar que as mudanças ocorridas na produção e na narrativa jornalística para a *web* advêm da transposição do hipertexto tradicional, utilizado no meio impresso (jornais e revistas), para o meio eletrônico, através de *links*.

Linkagem no webjornalismo

Mielniczuk (2005), em *O link como recurso da narrativa jornalística hipertextual*, reuniu as teorias de Landow (1997), Nielsen (2000), Leão (2001), Palacios (2005), Gunder (2002) e Trigg (2002) para analisar outras formas de pensar a *linkagem* no webjornalismo. A autora nos sugere identificar os *links* na função de paratextos. Para descrever e analisar os *links*, Mielniczuk (2005) estabelece categorias e códigos para classificar cada tipo e fluxo de *linkagem* nas narrativas hipertextuais jornalísticas na *Internet*.

Trigg (2002) aborda as principais tipologias de *linkagem*, classificando-as dentro do contexto da narrativa científica. Segundo o autor, os *links* se dividem em: citações, declarações ou trechos de autores; revisão bibliográfica, reunião de trabalhos já realizados pelo narrador do hipertexto ou por outros; futuros, *links* que podem ser “ativados” quando outras narrativas sobre a mesma temática surgirem; refutação, que elimina as ideias de outros autores; concordância, quando confirma, aceita e valida as

ideias de outros autores; metodologia e dados, procedimento utilizado e exposição de dados.

A narrativa científica contém outros *links*, conforme destaca Trigg (2002), apresentando-se como: generalização e especificação, quando o narrador não explica tal abordagem, porém, este *link* não dificulta a interpretação do leitor; abstração e exemplo, igual ao elemento anterior; formalização e aplicação, reunião de elementos que apresentam uma teoria e suas aplicações na finalidade de obter resultados práticos; argumentação, quando elementos levam a dedução, indução, analogia e intuição de uma afirmativa; solução, conclusão da pesquisa (MIELNICZUK, 2005).

Landow (1997) e Trigg (2002) expõem outros *links*, também citados por Mielniczuk (2005), que fazem parte do mesmo grupo, mantendo uma relação entre os blocos de textos e as associações realizadas por eles: sumarização e detalhes; visão alternativa; reescrita; simplificação e complexificação; explicação; atualização e continuação.

Esta categorização e este mapeamento dos *links* presentes em narrativas jornalísticas na *web* continuam na perspectiva da classificação mista de atuação e função da *linkagem*. Nielsen (2000) apresenta uma tipologia na qual os elementos visam não somente a valorização do *link* enquanto texto, mas também como complemento das categorias relacionadas à natureza técnica deles mesmos. O autor classifica os *links* em:

Links de navegação estrutural, esses links resumem a estrutura do espaço de informação e permitem aos usuários ir a outras partes do espaço. Exemplos típicos são botões de homepages e links a um conjunto de páginas subordinadas à página atual; Links associativos dentro do conteúdo da página, esses links são normalmente palavras sublinhadas (embora possa ser também *imagemaps*) e apontam para páginas com mais informações sobre o texto âncora; lista de referências adicionais, [...] esses links são oferecidos para ajudar os usuários a encontrar o que desejam se a página atual não for à correta. Considerando-se a dificuldade de navegar na Web, os usuários muitas vezes são salvos por um conjunto bem escolhido de links. (NIELSEN, 2000, p. 53).

Para Leão (2002), a disposição dos *links* deve atender às características técnicas da criação do hipertexto, assim, classifica-os em: disjuntivos, quando os *links* enviam ao leitor outra lexia; e conjuntivos, quando este oferece uma janela simultânea, “[...] podendo ser outra janela do programa navegador que é aberta ou uma janela menor denominada de *pop upviewer*.” (MIELNICZUK, 2005, p.36). Segundo o autor, essa

tipologia compreende a simultaneidade e a opcionalidade que a hipertextualidade oferece.

Logo, a partir de tais elementos, é possível analisar os impactos do hipertexto eletrônico e a reconfiguração das narrativas jornalísticas presentes no ciberespaço, sendo possível realizar inferências sobre as estratégias propostas pelo narrador do conteúdo. A partir dos autores citados neste capítulo, faz-se uso de todos os elementos digitais na perspectiva de analisar, por exemplo, as características e as funções dos *links*, do processo de *linkagem*, do grau de envolvimento e do controle percebido por parte dos usuários de diferentes narrativas jornalística.

A multilinearidade da narrativa jornalística hipertextual e o novo leitor da *web*

De Bush a Lévy, a hipertextualidade passa por inúmeras transformações. Sua prática no ciberespaço compreende mais do que arquitetar informações, ela propicia inserções de diferentes blocos de conteúdo (texto, imagens, vídeos, áudios e infográficos), em uma mesma rede, que se vinculam a outros, mantendo uma relação de elo associativo entre si e que podem ser acessados por meio de *links*. No ciberespaço, o leitor vincula-se à uma narrativa que permite seu livre caminho pelos níveis de conteúdo, podendo ser acessados de maneira não hierarquizada, fazendo com que o leitor crie sua própria trajetória pela informação.

O repertório de links oferecidos ao usuário dá a ele a possibilidade de criar novas linhas narrativas a cada acesso. Por isso, alguns autores consideram que o texto na web é não-linear e o princípio de autoria é compartilhado entre usuário e autor. Cabe ao primeiro determinar a ordem e os assuntos que mais o interessam. (SOUZA, 2010, p. 57).

Desde 1999, diversos autores tentam definir o conceito de não-linearidade. Segundo Canavilhas (2001), a não-linearidade na narrativa hipertextual é advinda dos recursos multimídias que a rede telemática oferece. San Martin (2003, p. 52) compartilha e reafirma a ideia de que a não-linearidade nasce dos recursos que a *Internet* oferece, pontuando que se trata de uma característica fundamental do hipertexto. Já Palácios (2005) esclarece que cada leitor tem a oportunidade de participar ativamente da narrativa. Assim sendo, a não-linearidade surge a partir da ideia de múltiplas linearidades.

A noção de “não-linearidade”, tal como vem sendo generalizadamente utilizada, parece-nos aberta a questionamentos. Nossa experiência de leitura dos Hipertextos deixa claro que é perfeitamente válido afirmar-se que cada leitor, ao estabelecer sua leitura, estabelece também uma determinada “linearidade” específica, provisória, provavelmente única. Uma segunda ou terceira leituras do mesmo texto podem levar a “linearidades” totalmente diversas, a depender dos links que sejam seguidos e das opções de leitura que sejam escolhidas, em momentos em que a história se bifurca ou oferece múltiplas possibilidades de continuidade. (PALACIOS, 2005, p. 4).

O entendimento de Palácios (2005) sobre multilinearidade, presente nas narrativas em ciberespaço, é resultado da ideia de que cada leitor pode criar novos percursos, traçar novos caminhos, conectar mais *links* a partir de novas associações, atuando como coautor da narrativa. Partindo desse ponto de vista, acredita-se que a linearidade é predominante em todas as narrativas, contudo, sofre multilinearidade de acordo com o leitor no momento da leitura.

Entender o perfil do novo leitor da *web* é uma tarefa árdua e complexa, principalmente quando esse público é majoritariamente jovem⁸, integrado às ferramentas disponibilizadas por essa plataforma e também ao processo de publicação de informações, que na *Internet* tem grande fluxo.

A juventude, chamada de Geração Z⁹ (nascidos dos anos 2000 aos dias atuais), é caracterizada por pessoas que já nascem em diversos ambientes permeados de ferramentas digitais, de fácil uso, muitos gratuitos, pessoas cada vez mais atualizadas ou que se adaptam a este novo momento, em que as formas de comunicar estão mais descentralizadas e distribuídas (MONTEIRO, 2014). Emerge dessa geração leitores que passam bastante tempo com o computador ligado e interagindo de forma simultânea em várias janelas na *web*, em plataformas que oferecem uma diversidade de músicas,

⁸ Em oposição a Kenski e suas classificações (nativos e imigrantes digitais) acreditamos que hoje o mundo *web* não é permeado de um público leitor apenas dos nascidos nos anos 80 e 90 em diante, mas de diferentes pessoas com características pessoais, acadêmicas e profissionais que já acompanhavam as mudanças anteriores a década de 80 e/ou foram responsáveis pela implementação de muitos projetos e usos das tecnologias em seus ambientes.

⁹Geração chamada assim por estar sempre zapeando, ou seja, trocando os canais de TV em busca de algo mais interessante. Tem problemas de insegurança quanto à realidade e o futuro da economia e da política, com diferença de renda em todo mundo, problemas com desemprego e stress. Mas sua maior característica seja a permanente conectividade. Têm mais ambições empreendedoras e preocupações diferentes das gerações anteriores. Estão mais tempo solteiros e sem filhos. A geração Z tem como antecessores a geração Y (1980 a 2000), a Geração X (1965-1980) e a geração dos Baby Boomers (1945-1965). Também começa a ser chamada como a geração *Homo sapiens digital*, ou seja, nascerão com um DNA digital, com cérebros mais dinâmicos e com pensamento intuitivo.

vídeos, imagens, *podcasts*, infográficos e um excesso de informações *linkadas* (TAPSCOTT, 2010).

O novo leitor, portanto, imerso neste contexto, demanda um novo modelo de narrativa jornalística, aquele mesmo indicado por Lévy (1993), que interliga em uma mesma rede diferentes blocos de conteúdo (texto, imagens, vídeos, áudios e infográficos), mantendo uma relação de elo associativo entre eles, que pode ser acessada através de *link*.

Segundo Tapscott (2010, p. 95-117), a Geração Z apresenta oito peculiaridades que caracterizam o comportamento das pessoas na *Internet* e que se encaixam perfeitamente no contexto da condição operacional leitores-narrativa hipertextual, que são elas: liberdade para vivenciar novas experiências, escolher o que vai consumir; customização dos produtos e da mídia; escrutínio na checagem das informações; integridade alinhada ao conceito de transparência nas informações; colaboração, principalmente no que diz respeito às novas *linkagens*; entretenimento associado à troca de experiências; velocidade, já que a *web* se trata de um ambiente em que as informações são efêmeras; e inovação, uma vez que essa geração nasceu e vive em meio à cultura da invenção, em que tudo acontece em tempo real.

São, por isso, chamados de geração multitarefa ou geração multimídia. Querem mudanças, não satisfeitos com as regras dos cenários em que se encontram. São os influenciadores digitais, como os *Youtubers*, que produzem vídeos sobre os mais diversos assuntos. São influenciadores das organizações, que se sentem pressionadas a se adaptar a esta nova geração, mais generalistas, menos especializados numa só área. Estão sempre buscando formas de partilhar suas experiências.

Tanto quanto a Geração Y, a geração Z são as gerações com impactos na educação no Brasil e no mundo, pressionadas pela necessidade de inovação tecnológica e pedagógica nos espaços educativos. É na educação que, talvez, esteja o maior desafio a ser enfrentado por conta dos novos papéis que as tecnologias e os novos comportamentos dos alunos provocam nesses espaços.

Novas metodologias (como a acomodação das experiências didáticas docentes aos estilos de aprendizagem dos alunos, usando as tecnologias a partir de metodologias ativas) e novas configurações da sala de aula são necessárias para acomodar todos estes aspectos. Tudo isso exige professores inovadores.

Dessa forma, a produção de narrativa jornalística leva em consideração todas essas características para que esse novo leitor seja atraído para um universo hipertextual, que, segundo Lévy (1993), se assemelha aos processos cognitivos do cérebro humano, que funciona a partir de informações - *linkagens* – armazenadas na mente.

Considerações finais

Constatou-se, nesta investigação, que os narradores e os leitores deste século estão presenciando e testemunhando o nascimento de uma nova cultura virtual e morfológica, mas que apresenta continuidades com o que era feito antes. O hipertexto ainda está aberto a novas pesquisas e hipóteses¹⁰, porque, a cada dia, desvendam-se mais implicações dele, como nas narrativas hipertextuais jornalísticas em ciberespaço.

A aplicação da hipertextualidade, atualmente, estabelece uma reinterpretação da percepção do leitor quanto à compreensão da narrativa, bem como das possibilidades de construir produções textuais, frente às inúmeras ferramentas que as modernas tecnologias em comunicação oferecem. Trata-se, portanto, de uma ferramenta indispensável, que traz consequências para a elevação do repertório do indivíduo em função da pouca (ou mesmo nenhuma) retenção.

Identificou-se, também, que o texto eletrônico é criado no intuito de remodelar a mídia velha à necessidade dessa nova geração de conectados, que agora querem mergulhar em um universo textual completo, multimídia e *linkado* em rede. Surge então uma nova forma de escrever, de ler e interagir em ciberespaço, na qual os internautas compartilham suas experiências.

O impacto que o hipertexto ocasionou ao texto jornalístico, por meio dos elementos da narrativa digital, foi conhecer, de forma aprofundada, toda narrativa dos fatos, já que é composta de *links* que migram seus leitores para diversas outras narrativas, o que também influenciou o processo de apuração, produção, redação, *deadline*, edição e publicação das narrativas na *web*.

¹⁰ Inclusive abrindo possibilidades de os pesquisadores se remeterem aos estudos sobre a gênese do hipertexto, sendo fundamental passar por investigações como a de Gérard Genette que considera o hipotexto (notas de rodapé, posfácio, referências bibliográficas, etc.) “o ponto de partida de uma extrapolação disfarçada de interpolação” (GENETTE, 2010, p. 53).

Dessa forma, concebe-se que as notícias *online* são multilíneas, pois oferecem múltiplos blocos de conteúdos narrativos, no qual o leitor tem a possibilidade de escolher o que deseja ler. Vale ressaltar que, optar por um percurso na narrativa jornalística não configura o exercício da prática da hipertextualidade, uma vez que, os blocos de conteúdos estão sempre associados em *linkagem*.

Considera-se, ainda, que toda narrativa jornalística, para iniciar o processo de transformação do tradicional para o hipertextual – que além de possibilitar a escrita coletiva, conta com interações cada vez mais universais com e entre os colaboradores – precisa de um dos parâmetros mais básicos para construção do texto eletrônico, que é o *link*. Além de analisar como ele estabelece o elo entre os blocos de conteúdo, este artigo investigou cada função dos *links* nas narrativas para identificar como cada internauta narrador/leitor faz, de forma colaborativa, um encadeamento de diversos conteúdos em uma mesma narrativa.

A prática da narrativa hipertextual jornalística ainda está em desenvolvimento. Espera-se, então, a realização de novas investigações e discussões acerca da literatura e do uso da hipertextualidade no campo de jornalismo, porque, como disse Lévy (1993, p. 33), “navegar em um hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicado quanto possível”.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra. 2002.

CORTAZAR, Julio. **O jogo da amarelinha**. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1994.

COUTINHO, Clara; LISBÔA, Eliana. Sociedade da informação, do conhecimento e da aprendizagem: desafios para a educação no século XXI. In: **Revista de Educação**, v. 18, n. 1, p. 5-22, 2011.

DIAS, A. M. P. **Hipertexto**: o labirinto eletrônico: uma experiência hipertextual. 2000. Tese (Doutorado) – Universidade de Campinas, Campinas, 2000. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/~hans/mh>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

DIZARD, Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na Era da Informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

GENETTE, Gérard. **Palimpsestos: a literatura de segunda mão**. Belo Horizonte: Edições Viva Voz, 2010.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas**. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2008.

GUNDER, Anna. **Forming the text, performing the work: aspects of media, navigation and linking**. [s.l. s.n.], 2002. Disponível em: <<http://www.hb.se/bhs/ith/23-01/ag.htm>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

KOCH, Ingedore G. Villaça. Hipertexto e a construção do sentido. *In: Revista Alfa*, São Paulo, v. 51, n. 1, p. 23-38, 2007.

LANDOW, George. **Hypertext 2: the convergence of contemporary critical theory and technology**. Baltimore: The Johns Hopkins, 1997.

LARA, Isabela. **Hipertexto: o universo em expansão**. Brasília, DF: UnB, 2001. Disponível em: <www.unb.br/fac/ncint/site/index.html>. Acesso em: 30 jul. 2018.

LE MOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 2001.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. 6. ed. São Paulo Edições Loyola, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Salvador: UFBA, 2001. 9 p. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2018.

_____. O Link como recurso da narrativa jornalística hipertextual. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

MONTEIRO, Jean Carlos da S. **Hipertexto: a linguagem da nova geração. Observatório da Imprensa**, São Paulo, mai. 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitosdesfeitas/_ed799_a_linguagem_da_nova_geracao/>. Acesso em: 26 jul. 2018.

MONTERICE, Érica Simone. **Um estudo sobre o hipertexto eletrônico**. 2001. 83 f. Monografia (Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2001. Disponível

em:<<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/%C3%89ricaSimone3.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

MURAD, Angéle. **Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet**. Rio de Janeiro: UFF, 2001. Disponível em: <www.uff.br/mestcii/ngele1.html>. Acesso em: 22 jul. 2018.

NEIVA, Eduardo. **Dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia**. São Paulo: Publifolha, 2013.

PALACIOS, Marcos. Natura non facit saltum: promessas, alcances e limites no desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficcção. **e-COMPÓS**, Revista eletrônica da COMPÓS, Brasília, v. 1, n. 2, 2005.

PAUL, Nora. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

PRENSKY, M. **Digital Natives Digital Immigrants**. [s.l.: s.n.], 2001. Disponível em:<<http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>>. Acesso em 09 jul. 2018.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Hipertexto e Vannevar: um exame de paternidade**. 2008. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/1811/2271>>. Acesso em 29 jul. 2018.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TOFFLER, A. **A terceira onda**. Trad. João Távora. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980. (orig. TOFFLER, A. The third wave. Bantam Books, 1980).

TRIGG, Randall. **A network: based approach to text handling for the online scientific community**. [s.l. s.n.], 2002. Disponível em:<<http://www.workpractice.com/trigg/thesis-chap4.html>>. Acesso em: 20 jul. 2018.