

NOTÍCIA E HIPERTEXTO: UMA REFLEXÃO SOBRE A NARRATIVA JORNALÍSTICA¹

Ethiene Ribeiro Fonseca²

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar a presença da hipertextualidade dentro da prática jornalística partindo da hipótese que o hipertexto, enquanto ferramenta narrativa, já era praticado na construção do texto noticioso bem antes do advento das modernas tecnologias da informação e da comunicação (TICs) ou das mídias sociais. Para isso, foi realizado um levantamento sobre a história do jornalismo e a sua importância para a sociedade, bem como sobre as características e processos envolvidos no fenômeno. Fez-se também um breve apanhado sobre alguns pontos referentes à teoria literária para compreender como o jornalismo se relaciona com as formas tradicionais de se contar uma história. Analisou-se a influência das mudanças tecnológicas na comunicação de massa no tocante às narrativas com o intuito de entender se a hipertextualidade está estritamente associada ao uso da tecnologia digital no jornalismo ou se o hipertexto sempre esteve presente no texto jornalístico. Concluiu-se que toda narrativa, de uma forma ou de outra, se alimenta de outros textos que são externos a ela. Mas deve-se notar também que o hipertexto no jornalismo, enquanto prática textual, só conseguiu ser praticado, na sua totalidade, por meio do jornalismo online.

Palavras-chave: Jornalismo. Narrativa. Hipertexto.

¹ Artigo apresentado na modalidade Comunicação Oral.

² Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (PPGCOM-UFMS), especialista em Marketing e Comunicação Organizacional e bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Tiradentes (UNIT). Email: Fonseca.ethiene@gmail.com.

INTRODUÇÃO

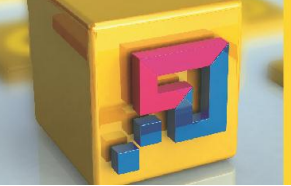
De acordo com Taquina (2005), o surgimento do jornalismo como atividade profissional está diretamente ligado ao surgimento de um dispositivo tecnológico: a imprensa. Esse pode ter sido o primeiro, mas não é o único momento em que a tecnologia atravessa a trajetória de desenvolvimento do jornalismo. A emissão e a recepção, processos sem os quais a comunicação se torna inviável, foram e continuam sendo influenciados por cada avanço técnico ou tecnológico que surge.

Pesquisadores, como Santaella (2003), até utilizam os avanços tecnológicos e os usos sociais que são feitos a partir deles para dividir a comunicação em eras ou etapas evolutivas. Seguindo a linha de estudo da pesquisadora, estaríamos em um momento em que a cultura digital convive com a cultura de massa e com a cultura das mídias, época caracterizada principalmente pela convergência das mídias, com a exacerbação da produção e circulação de produtos informacionais.

Para se adequar a esse novo panorama, alguns produtos comunicacionais passaram por adaptações ou releituras. É o caso do ciberjornalismo, fenômeno que, apesar de ser categorizado como jornalismo, apresenta algumas diferenciações quando comparamos a práticas jornalísticas mais antigas. A proposta desse estudo é estudar o que realmente há de novo nesse ‘novo jornalismo’ feito para a internet, utilizando, como ponto central da análise, a questão da hipertextualidade, uma das alegadas mudanças introduzidas pelo formato virtual de jornalismo.

1. JORNALISMO E NOTÍCIA

A princípio, o conceito que todos partilhamos é que o jornalismo trabalha com a realidade dos fatos. Guerra (2008) afirma que as pessoas tendem a acreditar no que veem no noticiário da TV ou no que leem nos impressos, pois existe um acordo social entre o público e o jornalismo. Porém, alguns pesquisadores alegam que o processo de mediação está longe de ser um retrato fiel da realidade, sendo antes uma construção do real, mas não a única. De acordo com as correntes construcionistas e subjetivistas, afirma Guerra (2008), há diferença entre o fato em si e o relato relacionado ao fato. Este e aquele são fenômenos diferentes, apesar de um estar implicado no surgimento do outro.



Em suma, a conclusão a que chegam subjetivistas e construcionistas é que o jornalismo constrói os fatos ao noticiá-los, sem que a sociedade se dê conta de tal processo. Ou seja, essas teses evidenciam a tensão existente entre propósitos que a própria instituição jornalística e também a sociedade se determinam e o seu efetivo cumprimento. (GUERRA, 2008, p.26)

Essa hipótese coloca sérios questionamentos no tocante à mediação e ao papel social do jornalismo. Pois, se a notícia é uma forma, entre tantas outras, de se retratar um acontecimento, o jornalismo dificilmente realizará a sua atividade-fim da maneira como o público espera. Apreender a realidade na sua totalidade é algo inviável e impraticável para o jornalismo.

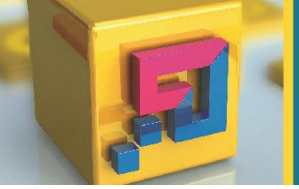
Uma das premissas para a realização do trabalho jornalístico é a presunção de objetividade. Ser objetivo, segundo Guerra (idem), seria olhar para o fato enquanto objeto e analisá-lo como tal, ressaltando suas características e especificidades mais aparentes. Dessa forma, o sujeito, seja ele o próprio jornalista ou suas fontes de informação, não poderiam influenciar negativamente a notícia.

Se a objetividade não fosse uma premissa do jornalismo, dificilmente uma notícia seria vista pelo público como representação da realidade. Mas o conceito de objetividade é ambivalente, afirma o autor, podendo ser utilizado para justificar as técnicas utilizadas na construção textual ou para embasar determinados procedimentos técnicos adotados pelo profissional jornalista. Sobre a objetividade aplicada à estrutura textual, temos as técnicas de redação jornalística, como a pirâmide invertida e o *lead*.

Já a objetividade na rotina jornalística está relacionada ao profissional que, enquanto analista da situação, busca descrever a realidade, sem se prender aos interesses das fontes, do veículo de informação ou às suas próprias crenças. A objetividade jornalística como método implica ser possível a captação da realidade através da inteligência. Se os fatos sociais fossem complexos ao ponto de serem incompreensíveis, não haveria como relatar ou registrar um acontecimento e extrair do mesmo os elementos principais para a construção da notícia. Ou seja, não haveria jornalismo.

1.1. NOTÍCIA COMO CONSTRUÇÃO

Acreditou-se por um tempo, e talvez uma parte do público ainda sustente essa ideia, que o jornalismo seria o espelho da realidade, ou seja, a notícia refletiria com clareza os aspectos referentes aos fatos reportados à população. Porém, como apontam Franciscato



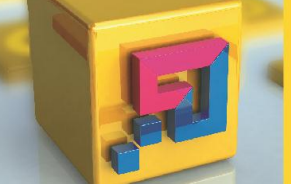
(2005) e Guerra (2008), a notícia está longe de ser um retrato da realidade, sendo antes um produto originado pela ação intencional do ser humano, que tem como matéria-prima o fato e a realidade.

Por ser um produto, a notícia acaba sofrendo interferência da ação dos profissionais envolvidos. Estes, apesar de terem a objetividade como valor deontológico, não conseguem ser totalmente objetivos no desenvolvimento das suas atividades, pois, antes de serem jornalistas, são seres sociais e trazem consigo valores, conceitos, preconceitos, que nem sempre condizem com a objetividade necessária à feitura do jornalismo. Assim, a objetividade jornalística é confiada à subjetividade dos seres humanos, o que torna o processo questionável.

Franciscato (2005) compreende a notícia como um campo de batalha, onde as fontes de informação lutam para terem os seus pontos de vista ou visões de mundo veiculados. Como em toda batalha, alguém sairá ganhando e alguém, perdendo. Ou, em termos jornalísticos, algumas fontes são consultadas pelo repórter para a construção da notícia enquanto outras são excluídas do processo. Para o autor, essa luta nem sempre é disputada em condições de igualdade. Existem fontes com mais chances de terem as suas ‘verdades’ relatadas do que outras.

Se Bakhtin (1988) estava correto ao afirmar que as palavras e o discurso são arenas de embate ideológico, no jornalismo, essa disputa é perceptível. O enfoque dado às coberturas noticiosas acaba sendo mais influenciado pela proeminência de certos setores sociais do que propriamente por uma atitude deliberada do jornalista. O que é justificável tendo em vista que, enquanto ser social, este profissional reflete, por meio do seu trabalho, valores que a sociedade compartilha, dando voz a quem tem mais voz dentro da sociedade. De qualquer forma, a proposta de Franciscato (2005) tira o foco do jornalista enquanto principal agente na construção da notícia e levanta o papel da sociedade na construção da realidade que é concretizada pelo jornalismo.

Assim sendo, o jornalismo torna-se uma atividade individual e coletiva. É individual ao ser levada a cabo por uma única pessoa, que, com os seus filtros sociais, psicológicos e cognitivos, influencia a maneira como o conhecimento é produzido. Isso significa dizer que cada notícia é única. E, mesmo matérias com temáticas similares produzidas pelo mesmo



jornalista tendem a ser diferentes, pois ele, enquanto ser social, está constantemente se moldando, incorporando novos valores e abandonando os obsoletos.

Enquanto processo coletivo, Franciscato (2005) analisa a atividade jornalística por vários ângulos. A matéria jornalística é algo coletivo, pois, para a sua realização, o jornalista consulta as pessoas envolvidas no fato. O texto jornalístico seria como uma colcha de retalhos, que, além das fontes, ainda conta com as contribuições de outros profissionais, como o fotógrafo, o editor, diagramador, etc. O repórter acaba tendo pouco controle sobre o que está noticiando ou sobre a forma como o fato está sendo noticiado.

O texto jornalístico admite a pluralidade de pontos-de-vista e mesmo de informações conflitantes, contanto que adequadamente contextualizadas num relato coerente. Seu texto é um recorte, uma 'colagem' ou 'combinação' de observação, descrição e interpretação tanto do jornalista quanto da equipe de produção e das fontes de informação. (FRANCISCATO, 2005, p. 168)

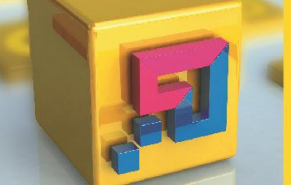
2. JORNALISMO E TECNOLOGIA

Apesar de o jornalismo e o seu desenvolvimento estarem associados aos avanços tecnológicos, o jornalismo enquanto instituição social continua se propondo a cumprir a função de informar. Isso não mudou. Quando se analisa as aplicações das tecnologias da informação e da comunicação (TICs) implementadas à prática jornalística, nota-se que as principais transformações no processo comunicacional estão relacionadas à forma como o indivíduo interage com as plataformas de fixação do conteúdo da notícia e às possibilidades que se abrem devido ao maior potencial de interatividade.

Sobre as tecnologias da informação, Castells (2005, p. 69) pondera:

O ciclo de realimentação entre a introdução de uma nova tecnologia, seus usos e seus desenvolvimentos em novos domínios torna-se muito mais rápido no novo paradigma tecnológico. Conseqüentemente, a difusão da tecnologia amplifica o seu poder de forma infinita, à medida que os usuários apropriam-se dela e a redefinem. As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos.

O autor afirma que, neste novo panorama, usuários e produtores de tecnologia têm potencial de se tornarem a mesma pessoa, isto é, os papéis não são mais fixos. Isso permite ao sujeito comum se apropriar da tecnologia e utilizá-la de diferentes formas, muitas delas não previstas. Um dos expoentes dessa mudança é a internet. A grande potencialidade desse meio, de acordo com Castells (2005), está no conceito de rede aplicada ao sistema, em que estruturas são capazes de se expandir infinitamente e gerar novas interações. A estrutura em



rede permite alto dinamismo, inovação e descentralização. Assim, está mais difícil definir o papel de cada um nesse processo e talvez não haja real possibilidade de definir quem é quem ou quem faz o quê.

Os processos de transformação social sintetizados no tipo ideal de sociedade em rede ultrapassam a esfera de relações sociais e técnicas de produção: afetam a cultura e o poder de forma profunda. As expressões culturais são retiradas da história e da geografia e tornam-se predominantemente mediadas pelas redes de comunicação eletrônica que interagem com o público e por meio dele em uma diversidade de códigos e valores, por fim incluídos em um hipertexto audiovisual digitalizado. Como a informação e a comunicação circulam basicamente pelo sistema de mídia diversificado, porém abrangente, a prática da política é crescente no espaço da mídia. (Castells, 2005, p. 572).

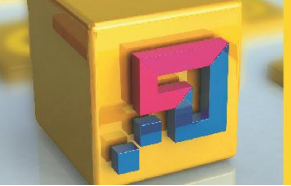
Relatório realizado por Anderson et al (2012) aponta que, no âmbito do jornalismo, tanto o emissor como o receptor, passando pelos anunciantes, passaram a ter maior liberdade no ato de comunicar, ultrapassando as barreiras presentes nas mídias tradicionais. O estudo notou também a necessidade de se pensar novas diretrizes por parte empresas de comunicação, pois os modelos tradicionais baseados na hierarquização estão se tornando ultrapassados. Incorporar novas formas de prática jornalística já não é suficiente, sendo preciso também realizar mudanças estruturais nas empresas de comunicação.

Sobre o papel do jornalista nessa nova conjectura, Anderson et al (2012, p. 53) faz algumas ponderações:

Embora todo jornalista já deva estar acompanhando o desdobramento de fatos e tomando parte em discussões públicas em redes sociais ou seções de comentários, sua capacidade de agregar valor para os usuários com essas técnicas será, cada vez mais, parte do seu valor como profissional.

Os autores chegaram à conclusão de que o jornalista deverá passar por uma espécie de especialização para melhor se adaptar a essas mudanças que vêm acontecendo no âmbito da comunicação. A especialização pode ocorrer com relação ao conteúdo, à técnica ou envolvendo esses dois fatores. E as faculdades de jornalismo, por serem as principais responsáveis na formação inicial dos profissionais, também deverão passar por adaptações. Já que o mercado de trabalho encontra-se mais restrito aos recém-formados, cabe a estes criarem seus próprios processos de trabalho para conseguir inserção no mercado. A formação fornecida pelas faculdades, nesse ponto, é de grande importância.

O que a faculdade deve fazer é ajudar o aluno a entender tanto o tipo de especialização que gostaria de adquirir como o caminho a percorrer para chegar lá, missão que tem muito menos a ver com preparar o aluno para instituições específicas (como na velha, e hoje nociva, divisão entre imprensa escrita e falada)



e muito mais com prepará-lo para formas específicas de investigação, independentemente de como e onde isso será feito. (ANDERSON ET AL, 2012, p.85)

Muitas dessas mudanças apontadas pelos autores são decorrentes das mudanças que o jornalismo *online* está propondo ao mercado de comunicação. Mielniczuk (2003) afirma que o webjornalismo ainda está em fase de constituição e, a cada ano, novos elementos são introduzidos nesse novo formato jornalístico, impulsionados tanto pelos avanços tecnológicos como pela descoberta de novas formas de explorar o jornalismo em rede. Entre as características do jornalismo *online*, a autora realça a interatividade, customização do conteúdo, convergência, memória, instantaneidade e hipertextualidade.

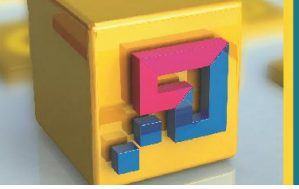
Para o desenvolvimento deste artigo, vamos explorar com mais profundidade o conceito de hipertextualidade.

3. NOTÍCIA E HIPERTEXTO

Uma das mudanças implementadas pelo jornalismo *online*, segundo Jorge (2007), é o hipertexto. De acordo com a autora, a primeira ocorrência desse fenômeno no webjornalismo se deu em 1981. Mas, apesar desse fato, o conceito é bem mais antigo, datando de 1945, quando Vannevar Bush definiu o hipertexto como uma invenção que uniria um texto ao outro por meio de palavras associadas entre si. Mas, de acordo com Jorge (2007), foi somente em 1965, que o termo hipertexto foi utilizado por Theodor Holm Nelson para se referir a tal fenômeno.

Nelson (apud Landow, 1992: 15) descreveu computadores que dariam às pessoas o poder de escrever e publicar em um novo formato não-linear: o hipertexto (HT). Definiu-o como “um texto que se bifurca e permite ao leitor escolher”, onde ele não é obrigado a percorrer um trajeto pré-determinado e que se leria melhor em uma “tela interativa”. De acordo com Nelson, o hipertexto compor-se-ia de uma série de blocos de texto conectados entre si por nexos, que configurariam diferentes roteiros para o usuário. (JORGE, 2007, p. 84-85)

Para a autora, a teoria relacionada ao hipertexto que melhor se aplica ao jornalismo provém dos estudos literários, por expor como utilizar a tecnologia para a construção de narrativas multilineares. E, adverte, da mesma forma que a escrita foi modificada pela sistematização do alfabeto, o hipertexto irá provocar mudanças no papel desempenhado pelo jornalista, pelo leitor, pelo professor, pelo aluno, ou seja, por todos aqueles que se utilizam das narrativas para a produção do conhecimento.



A leitura, afirma Jorge (2007), é realizada de forma linear. O escritor, quando pensa o seu texto, programa a ordem dos elementos que considera mais relevantes para a compreensão da mensagem. É o que acontece com o jornal impresso ou com o livro. Mesmo que o leitor não leia toda a informação que consta no meio, ele tenderá a olhar o conteúdo na sequência que este foi apresentado, ou seja, iniciando pelas primeiras páginas e seguindo em direção às últimas.

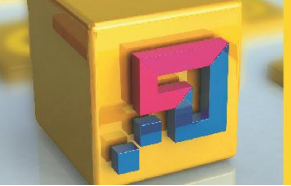
Para compreender o hipertexto, alerta Jorge (2007), é preciso compreender as mudanças que foram provocadas pela tecnologia digital na forma de se realizar a leitura. Essa nova forma de ler mostra-se também visual, em que o ato de explorar o texto se torna importante.

Como dizíamos, o HT contesta toda essa estrutura milenar: ele rompe com a sequencialidade pré-estabelecida, deixando em aberto o final da narração. Mesmo que exista uma porta de entrada – ou seja, um lugar onde a história começa – o leitor pode ignorá-la e, empregando mecanismos de busca, chegar ao conteúdo por um dos links intermediários. O tecido da narrativa está mais nas mãos das moiras-usuários: são eles que traçam o fio e acompanham os laços que vão formar a tessitura, a corrente infinita, sem esquecer que, com poder discricionário, eles decidem de repente se desconectar, para decompor o conjunto e reconstruí-lo adiante de outra forma. (JORGE, 2007, p.97)

Para ela, o hipertexto se configura como a possibilidade de cada texto da *web* ser complementado por outros, formando uma teia de textos. Essa teia apresenta palavras específicas que direcionam o leitor para textos que estão fora do texto principal. E cada conteúdo externo acessado pode vir a direcionar o usuário para outros conteúdos, dinâmica irá depender das necessidades e das habilidades dele.

Apesar dos avanços registrados no jornalismo *online* quanto ao uso do hipertexto, Jorge (2007) pondera que a sua utilização ainda está abaixo do seu potencial. Ela afirma que, assim como em um supermercado, em que os produtos são facilmente encontrados pelos consumidores por se encontrarem nas mesmas seções, muitos portais noticiosos preferem não introduzir novos elementos ao textos, em especial o hipertexto, para que o leitor possa sempre localizar a informação da maneira como ele está acostumado a fazer.

Mas, assim como um recurso que exige novas formas de leitura por parte do público, o hipertexto pode implicar também novas formas de escrita a serem empregadas na notícia, afinal as duas atividades estão diretamente relacionadas. O hipertexto seria uma nova forma de se relatar um fato? Ele seria revolucionário ao permitir ao escritor produzir um texto sem



fim? Ou, como diriam os frankfurtianos, o recurso do hipertexto seria apenas mais uma tentativa da indústria cultural para dar cara nova a algo já conhecido do público?

Citando Otto Ludwig, Eikhenbaum (1976) faz uma breve, mas esclarecedora, distinção sobre as formas de relatos presentes na prosa literária, utilizando como critério a função da narração. Ele classifica como relato propriamente dito quando a narração ocupa uma função de grande importância para o desenvolvimento da história. Quando o diálogo dos envolvidos na narrativa se torna mais importantes do que o papel desempenhado pelo narrador, temos o relato cênico. Neste caso, a narração, apesar de fazer pequenas indicações acerca daquilo que está sendo relatado, tem relevância bastante reduzida no desenvolvimento da trama.

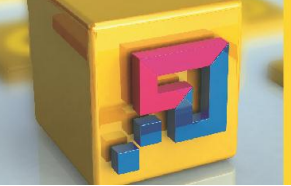
Esse gênero de relato lembra a forma dramática, não somente pelo destaque dado ao diálogo, mas também pela preferência outorgada à apresentação dos fatos e não à narração: percebemos as ações não como contadas (a poesia épica), mas como se elas, encenadas, se produzissem à nossa frente. (EIKHENBAUM, 1976, p. 157 e 158)

Ao aplicarmos esses conceitos ao relato jornalístico, vemos que a noção de notícia, se aproxima bastante da noção de relato cênico. No texto, talvez em nome da objetividade, o jornalista se coloca como mero narrador, passando despercebido em algumas notícias, principalmente quando lidamos com jornalismo impresso. Mas, mesmo que não seja percebido, o jornalista é o responsável pela produção da história que se propõe a relatar.

Quando entramos em contato com uma matéria jornalística, vemos a narração de um fato, seus dados principais, as pessoas envolvidas e a fala delas. Por mais que não seja possível ao repórter criar diálogos ou criar personagens, como acontece com o autor de um livro de ficção, é ele quem estrutura a notícia, dá forma ao fato, organiza a fala dos personagens. Seria o encadeamento das falas das fontes uma forma de hipertexto? Vejamos.

3.1. O LINK ANTES DO HIPERTEXTO

Se pensarmos no conceito de hipertexto como textos ligando-se entre si por meio de palavras, a resposta para a pergunta acima seria não. Mas, quando se parte do pressuposto de que cada citação presente na notícia refere-se à fala de uma fonte, seja ela pessoa física ou instituição, representando um recorte da situação, tem-se que o texto jornalístico acaba sendo formado por vários recortes. Umhas notícias apresentam mais recortes, outras menos, a depender do critério de pluralidade de cada meio.



Assim, o texto noticioso acaba se ligando aos textos trazidos pelas fontes ouvidas na produção da matéria. Estas fontes, por sua vez, ligam-se aos vários contextos sociais em que estão inseridas, que se ligam a contextos econômicos, políticos, geográficos e assim por diante. As ligações, ou links, podem ser infinitos se continuarmos a seguir com essa progressão. E, no fim, percebemos que o texto jornalístico, que ocupa mais ou menos uma lauda, percorreu um grande caminho até se materializar. Ele não se encerra com o último ponto final.

Mesmo que dentro do texto jornalístico existam outros textos embutidos, poderia ser alegado que ainda há a questão da leitura linear nas mídias tradicionais, característica que supostamente é subvertida com a introdução do hipertexto no jornalismo *online*. Talvez isso seja verdade se pensarmos no conteúdo de cada notícia individualmente. Mas quando analisamos um jornal impresso por inteiro ou um telejornal, vemos que, mesmo que as matérias sejam agrupadas em blocos temáticos ou em editorias, elas não estão diretamente relacionadas entre si.

No caso do jornal impresso, a linearidade da leitura é ainda mais questionável, pois não há nada que obrigue o leitor a ler todas as notícias do caderno de política ou do caderno de esportes na sequência ou nada que garanta a leitura das primeiras notícias para que, então, as últimas sejam lidas. E, mesmo assim, em que aspecto o jornalismo *online* difere do tradicional, sendo que os *sites* de notícia também organizam suas matérias por meio de editorias ou de assuntos relacionados? Neles, as notícias não são dispostas aleatoriamente, mas agrupadas por blocos temáticos. Então, como fica a questão da subversão da leitura linear?

Se prolongarmos ainda mais a discussão, também veremos que a linearidade não é garantida nem mesmo no ato da leitura individual da matéria. O sujeito pode começar o contato com o conteúdo noticioso por meio de uma fotografia chamativa, em seguida dirigir-se ao título da matéria e seguir para o texto, contentar-se apenas em ler o *lead* e ignorar o restante do conteúdo. Ou então, ler o título da matéria, o *lead*, o *box* e voltar para o texto. Os caminhos são imprevisíveis. Desse modo, as formas de interação com a notícia não podem ser definidas como lineares ou não-lineares pelo simples fato de o conteúdo estar fixado em uma folha de papel ou em um *site*.

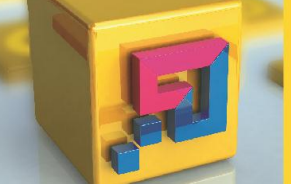
Como Jenkins (2009) afirmou, a construção das narrativas no ambiente web não se dá automaticamente com a implantação da tecnologia e por isso, em vez de ser visto do ponto de vista técnico, o fenômeno deve ser compreendido como uma transformação cultural, já que a cultura digital incentivou o reordenamento da forma como o público vinha lidando com as mensagens midiáticas. O grande avanço do jornalismo *online* não se resume à disponibilização de novos recursos tecnológicos para a produção jornalística, relacionando-se mais profundamente aos usos e às interações sociais proporcionados por essas tecnologias.

Mas, apesar dos pontos até aqui levantados, seria falacioso afirmar que o jornalismo veiculado nas mídias tradicionais seja o mesmo produzido pelo jornalismo *online*. O ambiente *web* permite aos meios de comunicação e aos usuários explorarem potencialidades e demandas que já despontavam nas práticas comunicativas, como a construção participativa da narrativa, a interação com o conteúdo, o *feedback* do público, o indivíduo enquanto produtor de informação, etc.

Focando na questão do hipertexto, uma das grandes mudanças do jornalismo 2.0 se deve ao fato de o usuário possuir mais liberdade no tocante às trajetórias de leitura. Se a leitura linear é algo passível de questionamento quando falamos de mídias tradicionais, as dúvidas tornam-se maiores ainda quando tratamos do texto disponibilizado na internet. Os usuários não somente podem seguir cursos alternativos de leitura, como são estimulados a tal atitude.

Mesmo tendo mais possibilidades de leitura ou mais caminhos a serem percorridos, o hipertexto em si não é liberdade total, mas liberdade assistida se pensarmos, como afirmou Hall (2003), que a mensagem já traz em si os limites para a sua compreensão. Caso não houvesse essa limitação, o leitor poderia entender o que pretendesse ao entrar em contato com o conteúdo e não é isso que acontece, nem na mensagem veiculada nas mídias tradicionais e nem nas veiculadas *online*.

E, partindo do pressuposto que a notícia é construção, os caminhos proporcionados pelo hipertexto foram inseridos na notícia por alguém, provavelmente a mesma pessoa que a produziu. O tipo de efeito que se pretende causar no leitor ou o tipo de enquadramento que se pretende dar ao fato poderão influenciar o tipo de *link* que será disponibilizados. Então,



as possibilidades trazidas pelo hipertexto não são infinitas, são apenas maiores do que as possibilidades presentes nos textos noticiosos tradicionais.

Mudança não quer dizer avanço. Escrever diferente não implica escrever melhor. Dizer que o consumidor de jornalismo *online* tem um tipo de relação com o texto diferente da que ele tinha com a mensagem veiculada na mídia tradicional implica melhoria? Caso seja mesmo possível desrespeitar a linearidade textual, como prega a teoria do hipertexto, seria uma perda ou um ganho? É possível afirmar que as pessoas estejam mais informadas pelo fato de poderem traçar os rumos da narrativa? Liberdade de leitura implica em qualidade? Ou estamos apenas aumentando a superfície de contato do público com o conteúdo, mas sem aprofundar questão alguma?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Independente da nomenclatura que se dê ao processo, seja hipertextualidade, intertextualidade ou alguma outra, as narrativas em geral se alimentam de outros textos, elas constroem realidades que apontam para o exterior, para textos existentes. Nada se cria do nada. Com o jornalismo não é diferente. O próprio procedimento envolvido na produção jornalística já dá indícios de como a notícia necessita de informações externas para a sua fabricação.

O repórter registra fotograficamente o acontecido, entrevista pessoas envolvidas, fala com instituições relacionadas ao fato. Após a coleta dos dados, seleciona os mais relevantes e, para isso, define o que é ser relevante a partir dos padrões jornalísticos estabelecidos pelo veículo onde atua, que diferem dos outros veículos de comunicação concorrentes. No final, a notícia acaba sendo o resumo não apenas do fato em si, mas de textos sociais, econômicos, políticos, empresariais, comerciais, que, mesmo não sendo visíveis a olho nu, não significam que não estejam ali.

Mas deve-se notar também que o hipertexto no jornalismo, enquanto prática textual, conseguiu ser praticado em dimensões maiores, ou no seu sentido mais literal, por meio do jornalismo online. Pelo menos é o que se pensa no atual estado da arte, o que não quer dizer que a hipertextualidade tenha alcançado o seu mais alto grau de desenvolvimento e aplicação. Talvez, ainda não tenham encontrado outras formas de aplicação do processo. O emprego do hipertexto nas narrativas *online* também não implica melhoria. Uma coisa é

escrever algo, outra bem diferente é fazer com que isso seja lido por alguém e outra coisa é fazer com que o significado pensado para o texto seja apreendido por quem leu.

Não é possível controlar a forma como as pessoas farão a leitura dos conteúdos narrativos, sejam eles jornalísticos ou não, sejam eles hipertextuais ou não. A intenção da emissão nem sempre condiz com a efetivação da recepção. O jornalista pode fazer um trabalho brilhante com o uso das ferramentas hipertextuais, mas se o público não fizer o uso dos *links*, de que adiantará? E, mesmo que o leitor esteja pronto para percorrer os caminhos alternativos do hipertexto, que tipo de hábito de leitura está sendo gerado por esse processo não-linear? Qual grau de profundidade de acesso ao conteúdo informativo? Se a narrativa se tornou um labirinto a ser percorrido, o que seria mais importante para a construção da notícia: uma forma interessante ou um conteúdo aprofundado? É possível proporcionar os dois ao mesmo tempo? Essas são questões que merecem ser problematizadas para compreendermos melhor essa nova forma de fazer jornalismo que está se materializando no ambiente digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. *Pós-industrial: Adaptação aos novos tempos*. Disponível em: <http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf>. Acesso 05.jul.2014.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1988.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

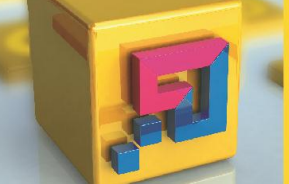
EIKHENBAUM, B... [et al.]. *Teoria da literatura: formalistas russos*. Porto Alegre, RS: Globo, 1976.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

GUERRA, Josenildo Luiz. *O Percurso interpretativo na produção da notícia*. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*. São Paulo: Aleph, 2009.



JORGE, Thaís Mendonça. *A notícia em mutação. Estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital*. 2007. 399f. Tese (Doutorado em Comunicação). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. 2003. 246f. Tese (Doutorado em Comunicação). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 22, p. 23-32, dez. 2003.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005.